magazine
ROUTE
HAZİRAN 2018 YIL: 1 SAYI: 05

PİST İÇİN tasarlandı

TRESOR GERİ DÖNDÜ

Denizlerin yeni lüksü
FINCANTIERI

İTALYA'DA BİR OSMANLI aşığı

Bir hayalle başlamıştık...

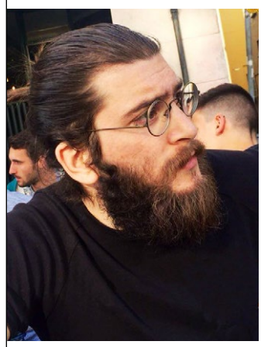
İNŞAAT TURİZM SANAYİ VE TİC . LTD. ŞTİ.

www.actyapi.com.tr

editörden

Dergimizin beşinci sayısıyla, haziran ayında yine beraberiz.

Her ay aldığımız olumlu geri dönüşler ve okunma sayısındaki artış bizi son derece mutlu ediyor.



Sadece siz değerli okurlarımızdan aldığımız yorumlar değil, aynı zamanda Turkcell Dergilik platformunda da Mayıs sayımızla elde ettiğimiz 12 bin 500 indirilme rakamı bize ne derece doğru bir iş yaptığımız konusunda önemli ipuçları veriyor.

Bahsettiğim bu gelişmeler ışığında sizlere yine oldukça zengin içeriğimizle Haziran sayımızı sunmanın mutluluğunu yaşıyoruz.

Dergimizde moda, otomobil, yat, seyahat ve daha birçok alanda ilgi çekici konulara yer verdik. Bertrando di Renzo'nun tasarımlarını yaparken aldığı ilham, Fincantieri'nin yeni yat serisi, Brabham'ın yeni sınırlı üretim süper otomobili ve daha fazlasını bu ay sizler ile buluşturuyoruz.

Dergimize web sitemiz, magzter, issuu, joomag platformları ve Turkcell Dergilik'ten de ulaşabilirsiniz.

Keyifli okumalar dileğiyle,

Can Akın

magazine ROUTE

İMTİYAZ SAHİBİ
MEDICON GRUP

GENEL KOORDİNATÖR
Sinan Ocak
sinanocak@medicongrup.com

GENEL YAYIN YÖNETMENİ
Önder Canözer
onder.canozer@medicongrup.com

KOORDİNATÖR
Ferit Raat
ferit.raat@medicongrup.com

EDİTÖR
Can Akın
can.akin@medicongrup.com

İÇERİK
Alper Güler
alper.guler@medicongrup.com
Zehra Demirtaş
zehra@medicongrup.com

WEB EDİTÖRÜ
Kübra Yeşilkaya
kubra.yesilkaya@medicongrup.com

FOTOĞRAF EDİTÖRÜ
Gökhan Yılmaz

KATKIDA BULUNANLAR
Güzide Yülek, Onur Kayador, Ateş Kuzey Sarp Ocak, Ali Cem Tanay Ocak, Zeynep Canözer, Damla Güler, Tamila Ocak, Birol Akdil, Hüseyin Tuncay Ocak, İnanç Memiş, Suzan Ocak, Burcu Çil, Bünyat Akın, Yavuz Çil

VİDEO EDİTÖRÜ
Ozan Baş

WEB
Emre Akşahin

REKLAM - MEDICON GRUP
Ebru Üçer
ebru@medicongrup.com

TASARIM MEDICON

İLETİŞİM
Flora Plaza Kayışdağı Cad. No:3 K: 15 D: 1503
34750 Ataşehir / İstanbul - Tel: 0 216 574 91 00 (pbx)

www.avenuerouge.net
info@avenuerouge.net
www.medicongrup.com

Giovane Gentile
LIMITED EDITION
2018 SS

medicon grup
ROUGE
NOIR
FASHION
ROUTE
carmedya
DIGITAL MEDIA
& NETWORK
www.medicongrup.com

magazine ROUTE

10 **TASARIM**
Kiswah

14 **SAAT**
Tresor geri dödü

18 **SÖYLEŞİ**
Dilek Çağlayan Değirmenci

24 **GÜZELLİK**
Yaz estetiğinde yükselen trendler

28 **OTOMOBİL**
Pist için tasarlandı

36 **SÖYLEŞİ**
Bertrando di Renzo

50 **DEKORASYON**
Yalın güzeldir

56 **TREND**
Plajın en şıkları

60 **SÖYLEŞİ**
Aslı Bilgin

68 **TASARIM**
Cartier'in şaheseri

74 **YAT**
Denizlerin yeni lüksü

78 **SEYAHAT**
Dünyanın en gözde 6 tatil rotası

YENİ RANGE ROVER SPORT

İMKANSIZI ARKANDA BIRAK.

LAND ROVER
ABOVE & BEYOND

Ulaşılması güç yerlerde inanılması güç bir performans. Tüm bakışları üzerinde toplayan yeni sportif tasarım ve olağanüstü konforun kusursuz birleşimiyle tanışmaya hazır olun. Yeni Range Rover Sport, şimdi 240 BG Ingenium dizel ve çok yakında 400 BG Plug-in Hybrid motor seçeneğiyle Borusan Otomotiv Yetkili Satıcıları'nda.

Borusan Otomotiv
İnce zevkler, yüksek standartlar.

Sacred Art Collection'dan farklı tasarımda bir kolye

Geçmişten Geleceğe Mücevher Ve Sanat Köprüsü

Kiswah

İlhamını 4000 yıllık tarihi geçmişten alıp bugünkü zanaatkarların elinde şekillenen ve geleceğe miras bırakılmak için tasarlanan müceherlerin markası Kiswah, mücevherin çok ötesinde bir misyon üstleniyor. Marka, geçmiş medeniyetlerin izlerini nefes kesen tasarımlar, usta işçilik ve nesilden nesile aktarılacak en değerli hazine olarak konumlandırıyor.

Sacred Art Collection'dan çini kolye

Toprağın altına gizlenmiş altın, siyahlar içine gömülmüş elmas, denizin derinliklerindeki inci, tarihin paha biçilemez değerleriyle gizemli bir yolculuğu baştan yaratıyor. Sanat ve mücevherat markası Kiswah, 4000 yıllık tarihi tüm ihtişamı ile anlamlandırıyor ve güzelleştiriyor. Gücün ve aidiyetin sembolü eser değerindeki parçalar insanlığa miras oluyor.

Tarihin Sonsuz Yankıları

25 yıllık sektör tecrübesi, medeniyetler tarihi ve sanatla ilgili 300'den fazla kitabı barından bir kütüphaneden yola çıkan marka; akademisyenler, tarihçiler ve sanatçılardan oluşan bir ekip ile yapılmış 3 yıllık yoğun bir çalışma sonucu, tarihin ışık tutan dönemlerini ve anlarını koleksiyonlar halinde mücevhere dönüştürdü.

Birlik olmaktan aldığı ilhamı saflık ve ustalıkla birleştiren Unity, ihtişamın en sofistike halini yansıtan Golden Age, tarihin en şiirsel zamanlarına atıfta bulunan Al-Andalus, imparatorlukların büyülü dünyalarından esinlenmiş Classics, tarihin derin anlarını modernize eden yorumlarla tasarımlara taşıyan Neoclassics, tarihi sanatları usta zanaatkarlıkla buluşturan Sacred Art, 4000 yıllık mirasın en derin anlamına sahip Kiswah Infinite Jewellery koleksiyonları binlerce yıl önceden başlayarak günümüze ulaşmış ve yarınlara aktarılacak sonsuz değerlerden.

Sacred Art Collection'dan ön ve arka yüzü farklı çalışılmış kolye

Kiswah, 'medeniyetimizin muhteşem hikayelerini ve iz bırakan anlarını, eşsiz zanaatkarlıkla işlenen mücevherler aracılığıyla canlı ve kalıcı kılmak' vizyonu etrafında şekilleniyor. Kaligrafi, hat, minyatür, mozaik, vitray, ebru, çini, kündekari gibi tarih boyunca estetik anlayışımızı şekillendirmiş sanat dallarını yeniden canlandıran marka, mücevherleri aracılığıyla bu sanat dallarını kendi yorumuyla yeniden betimliyor.

Sacred Art Collection'dan yüzük

Golden Age Collection'dan altın, gümüş ve pırlantalarla bezeli Astrolab kolye

Detaylardaki paha biçilemez zanaatkarlık

Kiswah'ya ait her bir ürün, arkasında detaylı bir tasarım süreci ve zanaatkarlık içeriyor. Her parça ruhunda bir hikaye gizliyor. Bu hikayeye duyulan saygı, tasarım sürecinin en temel öğesini oluşturuyor. Bu yaklaşımın usta zanaatkarlıkla buluşması sonucunda, değerli taşların seçiminden işlemelerinin ayrıntısına kadar her aşamada özenli işçilik sergileyen mücevherler ve sanat objeleri ortaya çıkıyor.

Zamanın Ötesinde Bir Olma...

Medeniyetin başlangıcından günümüze insanlığın sahip olduğu kültürel değerlerin beslediği ortak mirasa duyulan saygı ve hayranlıktan beslenen Kiswah, sonsuzluk hissi ile şekillendirdiği koleksiyonları sayesinde insanlığa geçmişin hikayesini anlatan hazineler bırakıyor.

İhtişamın en sofistike hali: Golden Age Collection

İhtişamın en sofistike halini barındıran Emevi, Abbasi, Memluk ve Fatimi dönemi sanatlarından ilham alan Golden Age Collection, derin entelektüel hisleri engin görsellikle birleştiren özel tasarımlar sunuyor. Zenginlik ve güçten beslenen hakikat, tüm zamanların en gösterişli dönemini şekillendiriyor. Golden Age Collection'ın 2 alt kategorisi bulunuyor;
Palace Collection ve Craft Collection

Palace Collection:

Romantizm ile donatılmış sarayların hayalini ihtişamlı bir koleksiyon ile gerçeğe dönüştürüyor. Golden Age'in zarif detaylarını yansıtan görkemli parçalar, ilk imparatorluğun coşkulu parıltısını resmediyor.

Craft Collection:

Usta işçiliğin doruk noktasından doğan el emeği şahaserlerin zamanını yaşatıyor. Zanaatkarlıkla dolu bir dönemi gün yüzüne çıkarıyor. Özgün ahşap ve fildişi kazımalar, kalıntılardan kalan el yazmaları bu koleksiyonda buluşuyor.

Sanatın Altın Çağı Yeniden Hayat Buluyor

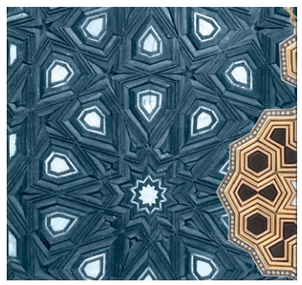
Medeniyetin en şaşalı dönemlerinden olan Emeviler Dönemi ile başlayan zamanlar, sanata ve kültüre büyük önem verildiği zamanlardı. Eserler, camiler ve süslemeler, hattın ortaya çıkışı bu döneme rastlıyor. Kuffe'de kufi hattı bu dönemde gelişmiş. Emeviler ile birlikte sıradan kumaşlar yerine Kabe örtüsüne işlenme ayetler katılmış; sanatsal bakış açısı dönemin yaklaşımı haline gelmiş. İnsanlığın ruhuna dokunabilmeyi başarmış bu zamanlara saygı duruşu mahiyetinde olan Golden Age Collection bu dönemin hikayelerini anlatan takılardan oluşuyor.

Neoclassics Collection'dan mavi taşlı kolye

Classic Collection'dan 18 ayar altın ve doal kırmızı mercan yüzük

Sacred Art Collection'dan ön ve arka yüzü farklı çalışılmış kolye

Tarihteki her bir ayrıntı, her bir miras zanaatkarların elinde kolye, yüzük ya da broş olarak hayat buluyor.



Kündekari kolyenin esin kaynağı olan tarihi yapı ve ortaya çıkan kolye...

SİNAN OCAK

ELEGANCE

SHIRTS - SOCKS - PANTS

ROME - MILAN - PARIS - LONDON - HONG KONG

Küçükbakkalköy Mh. Kayışdağı Cd. No:3 Flora Residence, Kat:15 D:1503 Ataşehir / İstanbul Tel: +90 216 574 91 00 (pbx)
Upper-West 25. Etage Kurfürstendamm 11- 10719 Berlin - Deutschland Tel/Fax: +49 30 300 149 3146 / +49 30 300 149 3150

SAAT

Tresor Geri Döndü

Lindbergh, Kaia'yı büyüleyici siyah beyaz fotoğraf karelerinde yakalamanın yanı sıra Cindy, eşi Rande Gerber, Kaia ve Presley ile de çok özel bir aile fotoğrafı çekti. Bu fotoğraf da Paris'teki "Her Time" etkinliğinde sergilendi ve nesiller boyu süren Omega tutkusunun yanı sıra ailenin önemini de güzel bir şekilde vurguladı.

"Trésor" adını ilk olarak 1949'da kullanan Omega, bir asrı aşan tarihinde bu adı yeni koleksiyonla yeniden diriltiyor. 30 mm'lik kalibreye atıfta bulunan Trésor, modern bakış açısıyla tasarlanan günümüz klasiklerinden. Markanın yüzü ise Cindy Crawford'un kızı Kaia Gerber.

SAAT

Asrı aşan mirasını kısa bir süre önce büyük bir gururla kutlayan Omega, kadın saat modellerinden oluşan "Her Time" sergisini, dünya çapında bir tur ile hayranlarıyla buluşturdu. Bir yandan mirasına saygı gösterisinde bulunan marka, diğer yandan da günümüz kadınlarına yönelik yeni tasarımların hayalini kurmaya da devam ediyor.

Yeni kadın koleksiyonu tanıttı

De Ville Trésor, yeni jenerasyon kadınları koleksiyonun merkezine yerleştirirken aynı zamanda Omega'nın eşsiz kadın stili yaratma geleneğini de devam ettiriyor. Trésor, özellikle kendine güveni yansıtan bir koleksiyon...

Yeni modelin, şık ve ince tasarlanan kasası ve ibreleri klasik bir dokunuşa sahip. Narin Roma rakamları, kavisli pırlanta kaplaması ve farklı kayış alternatifleri gibi yeniden ele alınan parçaları ise son derece çağdaş bir his yaratıyor.

Omega'nın bildiği üzere, kadının karakteri, gücü, zekası ve stili onun gerçek güzelliğini yansıtır. Onu eşsiz kılan bireysel varlığıdır ve bu varlık, kutlanması gereken bir hazinedir. Marka bu ruha uygun olarak, Trésor Koleksiyonu'nu sunuyor. Tıpkı bu kreasyona esin kaynağı olan kadınlar gibi, koleksiyondaki her bir model de farklı malzemeler ve renklerle öne çıkan kendine özgü kişiliğiyle parıldıyor.

Genç modeli markanın kampanyası için fotoğraflayan vizörün arkasında, bir zamanlar annesi Cindy Crawford ile çokça çalışan Peter Lindbergh var.

Bir ismin mirası

Omega, "Trésor" adını ilk olarak 1949'da kullandı. O zamanlar, bu isim saatin içerisinde yer alan hazineye, diğer bir deyişle efsanevi 30 mm'lik kalibreye atıfta bulunuyordu. Kalibrenin kendisi hassasiyetin yanı sıra sade ve mantıklı tasarım ile eş anlamlı hale geldi. Bu kalibre aynı zamanda Omega'nın ilk Trésor modeline şık bir şekilde ince altın kasasını vermesini sağladı. 2014 yılına geldiğimizde, De Ville Trésor geri döndü ve bu geri dönüş büyük bir mutlulukla karşılandı. Yeni Co-Axial mekanizma yine kendi dönemi için son derece ileri bir teknoloji eseri ve sadece 10,6 mm kalınlığa sahip olan ince kasa ilk modelin geleneksel zarafetini taşıyor.

Bugün eskiyle yeni arasında kurulan bir köprüyle, Omega Trésor adını devam ettirmek ve ona bir kez daha yeni bir yaşam ve anlam vermek konusunda büyük bir tutku duyuyor. Bu yepyeni koleksiyon, yine bir "hazineyi", diğer bir deyişle son derece hassas bir kuvars mekanizmayı içerisinde barındırıyor ve bu mekanizma sayesinde koleksiyondaki 39 mm'lik modeller sadece 9,75 mm yüksekliğe, 36 mm'lik modeller ise sadece 8,85 mm yüksekliğe sahip. Fakat bunun da ötesinde, koleksiyon Omega kadın saatleri ruhunu taşıyor: bir yandan en üst düzey kaliteyi ve günümüzün kadınlarına yönelik en büyüleyici saatleri üretirken diğer yandan da ihtişamlı bir tarihe sadık kalarak bu tarihi günümüze taşıyor.

Yeni Saatlerin Tasarımı

Yeni Trésor koleksiyonu, modern bakış açısıyla klasik bir tasarım sunuyor. Her model, 39 mm ya da 36 mm seçeneklerine sahip ince kasalarıyla öne çıkıyor.

Tüm modellerde, kasanın iki yanı da pırlantalarla kaplanırken tepenin üzerine de tek bir pırlanta yerleştirilmiş. Kırmızı likit seramikten yapılan beş adet Omega logosunun oluşturduğu bir çiçek motifi de her modelin tepesini süslüyor. Saatler aynı zamanda kadranı zarif bir şekilde çevreleyen aplike ya da kabartma Roma rakamlarıyla da göze çarpıyor. Omega her Trésor modelinde "Her Time" tasarımının yer aldığı özel yansımalı bir kasa arka kapağı kullandı. Bir yandan kullanışlı bir aksesuar özelliği taşıyan bu kapağın tasarımının ardındaki asıl fikir, yansıma ve kadınlara kim olduklarını, sahip oldukları doğal karizmayı hatırlatmaktı. Bu kapağın ardında ise, Omega kalibre 4061 yatıyor.

Koleksiyonda, paslanmaz çelik ya da 18 ayar Sedna™ altından toplam 9 farklı model bulunuyor.

Kaia'nın yanı sıra Omega'nın yüzlerinden biri de erkek kardeşi Presley Walker Gerber.

Modeller kumaş ya da deri kayışlarla eşleştirilebiliyor. Ayrıca, aralarında siyah, boz-kahve, beyaz, mavi, opalin gümüş ya da sedef seçeneklerinin bulunduğu çok farklı kadran rengi seçenekleri bulunuyor.

Kaia'nın Seçimi

Kaia Gerber'in moda dünyasında hızla yükselen isimlerden biri olduğuna hiç şüphe yok. Cindy Crawford'un kızı olarak Kaia modellerin dünyasına hiç de yabancı değil ama o eşsiz yeteneği ve kişiliğiyle de en büyük moda tasarımcılarıyla çeşitli kontaklar kurma ve çok sayıda podyum gösterilerinde boy gösterme imkanı yakaladı. Tıpkı annesi gibi Kaia da Omega'yla yakınlık kuran isim. Eylül 2017'de Paris Moda Haftası'nda "Her Time" etkinliğiyle Omega'nın dünyasına resmi olarak adım attı ve yeni De Ville Trésor koleksiyonunun yüzü oldu.

Kaia Gerber, "Omega'yı çok seviyorum. Ben Omega ile büyüdüm ve her zaman etrafımın markayı oluşturan insanlarla sarılı olduğunu hissettim. Kendimi bildim bileli Omega ile bir aile gibiyiz" diyor. Kaia, "Klasik tarz beni gerçekten etkiliyor ve Tresor da havalı ve modern yönünün yanı sıra benim için o vintage görünüme sahip. Seyretmek için çok güzel bir saat ve ben bu saati takmayı seviyorum" diye ekliyor.

“Kozmetikte lüksü ulaşılabilir kılıyoruz”

GÜZİDE YÜLEK

Boyner Kozmetik ve Aksesuar Kategori Direktörü Dilek Çağlayan Değirmenci, “İstiyoruz ki lükse tüm kadınlarımız ulaşsın. Obama ile başlayan lüksü hesaplı marka ile karıştırma trendi şu an dünyada öne çıkan trend. Biz de kozmetikte lüksü ulaşılabilir kılarak buna büyük katkı sağlıyoruz. Kadının kendini iyi hissetmesi bizim için çok önemli. Bunda payım olduğu için iki kat daha mutluyum” diyor.

Boyner Kozmetik ve Aksesuar Kategori Direktörü Dilek Çağlayan Değirmenci

Hem çalışan hem tüketici açısından kadına ayrı önem veren marka Boyner. Kadının gücü, kendine güveni, çalışması için tam destek sağlıyor. Son iki yıldır da özellikle kozmetik bölümünde müthiş bir ivme yakaladı. Artık uygun fiyatlı lüks parfüm ve lüks cilt bakımı denildiğinde akla ilk olarak Boyner geliyor. Kısa sürede bu kadar büyük yol kat etmesinin arkasında yine bir kadının sihirli dokunuşu var. Boyner Kozmetik ve Aksesuar Kategori Direktörü Dilek Çağlayan Değirmenci, bu sihrin mimarlarından. “Lüksü ulaşılabilir kılıyoruz ve daha çok sürprizlerimiz var” diyen Değirmenci ile enine boyuna tüm merak edilenleri konuştuk.

Route Magazine: Boyner’de geçtiğimiz yıldan bu yana keyifli bir hareketlenme var. Onu biraz anlatabilir misiniz?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Son iki yıldır ciddi anlamda bir yapılanma söz konusu Boyner’de. Ben her zaman Türkiye’de markaları, perakendecileri, müşteri yapısını göz önünde bulundurduğunuzda her zaman 3M derim. Yani; mağaza, markalar cd müşteri. Bu 3 M etrafında güzel döndüğünüz, 360 derece yaklaştığınızda o işi kotarmamanızın imkanı yok.

Route Magazine: 3 M olarak Boyner’in haritasını çıkarttığımızda ne söylemek istersiniz? Sizin yeni pazarlama stratejilerinizde neler var?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Selective marka olarak dışarıdan baktığınızda her ülkenin lüks bir kozmetiği var. Türkiye’de lüks kozmetikte kişi başına düşen harcama oranı çok düşük. Bir Çek Cumhuriyeti ya da Bulgaris’tan bizden 6-7 katı fazla daha lüks kozmetik kullanıyor. Oysa kişi başına düşen normal GSMH bakılınca 6-7 kat değil. Burada kat daha da açılıyor. Böyle olunca bizim gerçekten daha gidecek bir yolumuzun olduğu net olarak görülüyor. Bunu, halkın profiline, Türkiye’nin haritasını çıkartarak baktığınızda şu ortaya çıkıyor: Bu insanlara ilk önce bir farkındalık kazandırmak gerekiyor.

Route Magazine: Avrupa ile Türk kadınının lüks kozmetik alışverişinde ne tür farklılıklar var. Bizde bütçesel mi sadece?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Bir Avrupa ülkesinde kadın ‘Ben Chanel kadınıyım başka marka almam çünkü Chanel kadına pantolon giydirerek özgürlüğünü verdi. Ben özgür kadınım o yüzden bana başka marka satmayın’ diyebiliyor ve Chanel alıp çıkıyor

Daha geniş metrekarelerde, içinde rahatça dolaşabileceğiniz, renk ve tasarımıyla aradığınızı kolayca bulabileceğiniz şekilde tasarlanan kozmetik bölümü, kadın-erkek herkesin en sevdiği bölümlerden...

Boyner, kozmetik bölümündeki ataklarına reyonda da yeniliklerle devam ediyor. Kozmetik bölümü istediğiniz her markaya rahatça ulaşılabilmeniz için dekorasyonunda da tepeden tırnağa yenilendi.

mağazadan. Ya da ‘ben YSL kadınıyım, geçtim pantolon giydirmeyi smokin giydirdi YSL kadına ve erkekten güçlü kıldı. Ben güçlü bir kadınım kendimi böyle hissediyorum, YSL kadınıyım’ diyebiliyor. Oysa Türkiye’de şu andaki dinamiklerle daha farklı. Marka nereye yatırım yaparsa cebinde çok para olan kadın oraya kayıyor. Dior sattığınız kadına yarın Clinique, Estee Lauder ya da farklı bir marka satabiliyorsunuz.

Route Magazine: Burada yönlendirme mi önemli, yeterince bilinç mi yok nedir?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Ona göre aynı çatı altında olan tüm lüks markalar aynı değerde. Aradaki ayrımlara bakmıyor. Çünkü entelektüel seviye daha çok ciddi aşılayabilmiş değiliz. Şampuanı, mass mar-

kası dahil 9 milyonluk bir güzellik pazarı var. Bunun içinde selective'in payı yüzde 10'larda. Yani bunun mass'den selective'e geçişi affordable luxury dediğimiz lüksü ulaşılabilir hale getirmekle daha geniş bir kitleye ulaşacak.

Route Magazine: Bunun için neler yapacaksınız? Ne tür stratejileriniz, çalışmalarınız, hedefleriniz var?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Boyner'in haritasına baktığınızda 37 ilde 80 küsür kozmetik mağazası var. Toplamda 100 küsür mağazamız var ama 81 tanesinde kozmetik var. 81 mağazayla bu coğrafyada bu kadar çok müşteriye ulaşabilen tek perakendeciyiz. Bu birinci güçlü yanımız. Bununla birlikte biz kadına bir bilinç, bir selective olgunluk kazandıralım diyoruz. Bir nevi olgunlaşma enstitüsü gibi.

Route Magazine: Bu anlamda bölge bazlı farklı strateji mi geliştiriyorsunuz?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Evet. İstinyePark, Emaar mağazasındaki stratejimizle Antep, Denizli ya da Elazığ'daki mağazamızdaki hatta daha farklı olan Diyarbakır'daki mağazamızda bölgesel bazlı da ayrı stratejilerimiz var. Buna dokunmak zorundayız. Stratejimiz gereği biz Türkiye 'de güzelliğin destinasyonu olarak pazarı büyüten perakendeci olacağız dedik.

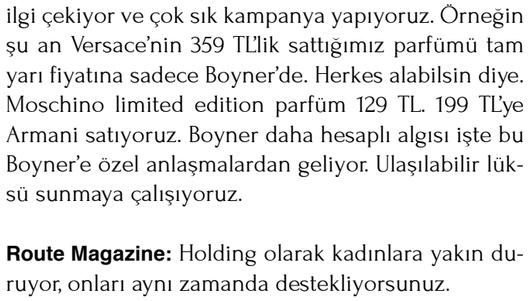
Route Magazine: Bunu sanırım sadece size özel ürünlerle yapıyorsunuz...
Dilek Çağlayan Değirmenci: Evet. Selective, inovatif, trendy ve sadece Boyner'e özel ürün gamını hazırlayarak başladık.

Route Magazine: Yalnız bununla yetmiyordur, altını ne ile dolduruyorsuuz?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Parfüm, makyaj, cilt bakımı diye gruplara ayırdık. Parfümde açık ara önde olmalıyız dedik. Parfüm dendiğinde insanların aklına ilk Boyner gelmeli. Bunun için neredeyse pek çok parfüm markası sadece Boyner'de. Geçen sene sadece bir parfüm markamız vardı sadece Boyner'e özel olan ama şu anda 16-17 marka var. Onun dışında mevcut olan markaların özel ürünleri, özel koleksiyonları, nişleri ya da daha uygun fiyatlı ürünlerini sadece Boyner'e özel getirtiyoruz ki o da aşağıdaki müşteriyi kazanmak için.

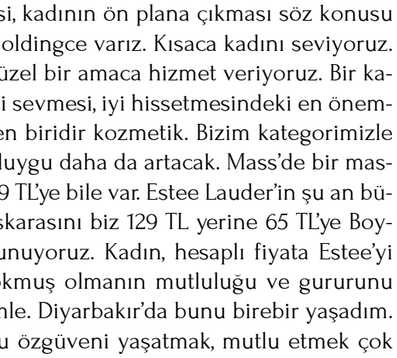
Route Magazine: Özellikle parfümdeki kampanyalarınız dikkat çekici. Neredeyse mass marka fiyatına selective parfüm satıyorsunuz.

Dilek Çağlayan Değirmenci: Kampanyalarımız çok ilgi çekiyor ve çok sık kampanya yapıyoruz. Örneğin şu an Versace'nin 359 TL'lik sattığımız parfümü tam yarı fiyatına sadece Boyner'de. Herkes alabilsin diye. Moschino limited edition parfüm 129 TL. 199 TL'ye Armani satıyoruz. Boyner daha hesaplı algısı işte bu Boyner'e özel anlaşmalardan geliyor. Ulaşılabilir lüksü sunmaya çalışıyoruz.

Route Magazine: Holding olarak kadınlara yakın duruyor, onları aynı zamanda destekliyorsunuz.
Dilek Çağlayan Değirmenci: Evet. Kadının gücü, kadının iyileşmesi, kadının ön plana çıkması söz konusu olduğunda holdingce varız. Kısaca kadını seviyoruz. Biz de çok güzel bir amaca hizmet veriyoruz. Bir kadının kendini sevmesi, iyi hissetmesindeki en önemli sebeplerden biridir kozmetik. Bizim kategorimizle beraber bu duygu daha da artacak. Mass'de bir maskara 59, 69, 79 TL'ye bile var. Estee Lauder'in şu an büyük boy maskarasını biz 129 TL yerine 65 TL'ye Boyner'e özel sunuyoruz. Kadın, hesaplı fiyata Estee'yi çantasına sokmuş olmanın mutluluğu ve gururunu yaşıyor bizimle. Diyarbakır'da bunu birebir yaşadım. Bir kadına bu özgüveni yaşatmak, mutlu etmek çok güzel. Üstelik bu pazarın dinamiklerini bozacak bir şey de değil. Kadın olmak, dünyanın rengi demek.



DKNY Flower Pop Pink, kokusuyla en sevilenlerden biri...



Lacoste parfümler sadece Boyner'e özel satışa sunuluyor

Onları hissettirip yaşatmak önemli. Özgüveni, gücü, kendini anlatması, bir sürü anlamda kadın ön plana çıkarsa kadın mutlu olur, dolayısıyla çevresini de mutlu eder. Bu anlamda kadınlara verilen her hizmet beni mutlu ediyor.

Route Magazine: Cilt bakımında nasıl bir strateji izliyorsunuz peki?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Cilt bakımında güçlüyüz ve bunu korumak için bir strateji yürütüyoruz. Gerek konusunda uzman olan isimlerin servisiyle, gerek spa niteliğinde olan son 1-1,5 yılda oluşturduğumuz cilt bakım kabinlerimizle hem de içinde bulundurmuş olduğumuz farklı ürün konseptleriyle farklı bir yerdeyiz. Şu an cilt bakımı 19 mağazamızda var. Bunu hızla 30-40 mağazaya çıkaracağız.
Estee Lauder, Lancome, Dior bakımlarını pek çok yerde görebilirsiniz ama belli ürünleri ve özel nitelikteki maskeleri, ürünleri sadece Boyner'e özel getirtiyoruz. Örneğin Lancome'un bir maskesi var. 30 ml'lik yani bir tüplük Genefic serum içeriyor. Tek kullanımlık bu maske 1 aylık serum bakımına bedel. Maske sonrası light bir nemlendirici kullanmanız yeterli. Seruma göre o kadar uygun bir fiyata ki, sadece Boyner'e özel getirtiyoruz. Bunların her birinin arkasında çok ciddi çalışmalar yatıyor. Vissionnaire krem normalde 340 TL ama 149 TL'ye sadece Boyner'e özel getirtiyoruz. Şu anda katalog markasından ya da hesaplı zincir kozmetik marketlerden alınacak kremden bile daha uyguna Lancome'u alabiliyorsunuz. Biz tüm kadınlar bu lüksü yaşasın istiyoruz. Markalar da buna çok sıcak bakıyor ve pazarını büyütmek için Boyner'de olmayı önemsiyor. Hatta bir iki sürpriz marka daha Boyner'e özel olarak geliyor. Öyle ki botoksa ihtiyaç bile duyulmayacak bu markalarla... Bir de Kore markası Skinfood ve Leaders'ı da bünyemize kattık.

Route Magazine: 2017 yılını kozmetikte hedeflerinize ulaşabildiniz mi?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Geçtiğimiz yılı başarı yılı olarak kapattık. Çok iyi rakamlar elde ettik.

Route Magazine: Makyaj tarafına gelirsek...
Dilek Çağlayan Değirmenci: Pazar payı kazanacağız diyoruz. O tarafta çok çok iddialı bir duruşda değiliz. Önümüzdeki bir takım uzun vade strateji ve marka bulunurluklarını sağladıktan sonra o kapıyı açacağız ama şu an Türkiye'de bir M.A.C gerçeği varken bir Sephora varken biz parfümdeki gücümüz ve cilt ba-

Kozmetik bölümümüz; parfüm, makyaj, cilt bakımı diye üç gruba ayrılıyor. Parfümde açık ara öndeyiz. Bunun için neredeyse pek çok parfüm markasının sadece Boyner'de olmasının da payı var. Tabii yaptığımız özel kampanyaların da. Çok lüks parfüm markalarını yarı fiyatına Boyner'de almak mümkün.

Moschino'nun limited edition üretilen parfümü kampanyayla yarı fiyatına iniyor ve sadece yine Boyner'den ulaşabiliyorsunuz.

Lancome'un Glow Paleti'ni takibe alın hem çok güzel, hem uygun fiyatlı, hem de Boyner avantajlarıyla neredeyse zincir kozmetik mağazalarındaki hesaplı ürün fiyatına geliyor.

Estee Lauder ürünleri cilt bakımında sevilen ve talep gören ürünlerin başında geliyor.

Lancome Advance Genifique Hydrogel Melting Mask, aynı serinin serumunun 1 aylık bakımını tek maske uygulamasında sağlıyor. Ve sadece Boyner'lerde...

kım sadakatimizle zaten gelen müşterinin makyajdaki must have'lerini veriyoruz. Her şeyde süper olma stratejimiz yok. Kendinizi iyi konumlayarak gitmeniz lazım. Biz parfümde otoriteyiz, cilt bakımında kesinlikle en güçlüyüz, makyajda da bunların ikisine gelen kadının tüm makyaj ihtiyacını vererek pazar payımızı artıracağız diyoruz.

Route Magazine: Türk kadını çoğunlukla hangi gruba ilgi gösteriyor?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Cilt bakımının kullanımı biraz uzun sürüyor. Parfüm de kişiye göre değişir ama genelde selective kozmetiğin yarısına yakını parfüm. Orada erkek müşteriyi çıkartıp baktığımızda cilt bakımıyla başa baş geliyor. Çünkü parfümün içinde erkek müşteri realitesi de var. Sadece kadın olarak baktığınızda makyaj değil selective'de cilt bakımı daha ön planda. Çünkü kadın para verdiği şeyde anlık bir şey değil, sonuç istiyor. Daha değerli bir şeye para vermek istiyor. Makyaj için 'kremimi kaliteli alayım rujumu daha ekonomik de alabilirim' diyebiliyor. Şunu net bir şekilde söyleyebilirim; taksitin kalktığı, fiyatların bu kadar kabardığı bir ortamda bir kadın artık gelip bir kreme 4 bin TL verebiliyor ve bizim cilt bakım pazar payımız düşmeden büyüyorsa gerçekten bu kadın cildine, güzelliğine yatırım yapıyor demektir.

Route Magazine: Özel günlerdeki avantajlı alışverişiniz ve Hopi'yi de işin içine katarsanız çok daha uygun fiyatlı markalar fiyatına iniyorsunuz diyebilir miyiz?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Ana kampanyalarda kesinlikle destinasyonuz. Alışveriş yapmak için kampanyamızı bekliyorlar. Artık insanların çantalarına baktığınızda mass marka, selective ve premium'u bir arada görebiliyorsunuz. Kıyafette de bu böyle. Ayakkabıyı Valentino, elbiseyi H&M giyebiliyorsunuz. Obama'nın eşiyle bu trend seneler öncesinden başladı. Dünyanın trendi artık bu.

Route Magazine: Kozmetikteki bu strateji müşteri rakamlarına ne kadar yansıdı?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Geçtiğimiz yıl yüzde 49 oranında yeni müşteri eklemişiz rakamlarımıza. Bunda Boyner'e özel rakamlı ürünlerin çok büyük etkisi var. Hopi de bize bu anlamda çok büyük destek sağlıyor. Bu arada şunu da söylemekte fayda var, her zaman mağazalarımızda ücretsiz cilt bakımı, ücretsiz makyaj servisimiz bulunuyor. Ne zaman giderseniz

Cacharel marka da yine Boyner'de bulabileceğiniz özel markalar arasında yer alıyor.

uzmanlarımız orada... Tabii bununla bitmiyor. Yapacak daha çok işimiz var ve süprizlerimiz devam edecek.

Route Magazine: Lüks kozmetik segmentine Anadolu kadınının bakışı nasıl?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Hiç olmadığı kadar büyük ilgi var. Antep'te günlük cirolarımız çok güzel. Bir uzman aktivitesi, makyaj aktivitesi yaptığınızda şehir adeta mağazaya akıyor.

Route Magazine: Selective'de ürün ve hizmet olarak üst sınırınız neresi?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Parfüm, cilt bakımı ve kozmetik olarak baktığınızda Chanel, Dior ama aynı zamanda parfüm tarafında Penhaligon's ve Hermes'in lüks serisi, Thierry Mugler'in üst serileri var. Cevahir'deki mağazamızda pek çok niş parfüm de eklenecek, şu an yenileniyor. Nokta bazlı farklı yaklaşabiliyoruz. İstinyePark'ta pek çok niş markamız var. Miller Harris, Panhaligon's'a kadar ama Dior'un ya da Hermes'in üst markaları daha çok satıyor. Kendimize ait Costume National markalar var ki hem niş hem de inanılmaz beğeni topladı. Bu yüzden tüm mağazalarımıza konumladık. Coach markası ik defa Türkiye'ye Boyner ile girdi. Missoni, Lacoste sadece

Boyner Kozmetik ve Aksesuar Kategori Direktörü Dilek Çağlayan Değirmenci

Kozmetikte 9 milyonluk bir güzellik pazarı var. Bunun içinde selective'in payı yüzde 10'larda. Yani mass'den selective'e geçişi affordable luxury dediğimiz lüksü ulaşılabilir hale getirmekle daha geniş bir kitleye ulaşmayı hedefliyoruz.

Boyner'de... Bunun gibi sayabileceğimiz sadece bizde olan birçok marka var.

Route Magazine: Makyaj tarafında size özel renkli kozmetik markalarında İtalyan Diego Dalla Palma var. Bu gibi hesaplı markalar da artık olacak mı? Yani bir yanda lüks segmente herkesin ulaşmasını isterken diğer yanda mass müşterinin isteklerine de cevap vermeyi istiyor musunuz?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Yılda mağazaya 140 milyon müşteri giriyor. 140 milyon müşteriye kozmetik bölümü olarak yüzde 10'una 15'ne ulaşabiliyoruz. Geri kalanı kaliteli mass müşteri diyebiliriz. Belli mağazalarda özellikle mass kategori için Golden Rose ile farklı bir projeyi gittik. Onlarla daha self servis proje gerçekleştireceğiz. 10-15 mağazamıza Golden Rose kuleleri yaptık.

Route Magazine: Erkek müşterilerin alışkanlıkları nedir kozmetikte?
Dilek Çağlayan Değirmenci: Erkek tarafında aslında işimiz kolay. Erkeğin alışveriş alışkanlıkları çok daha belirgin. Bir de biz Boyner olarak erkek giyiminde, erkek spor kategorisinde erkek müşterisinin çok sadık olduğu bir perakendeciyiz. Aynı şey parfüm tarafında da geçerli. İşimizi çok daha rahat yönetmemizin sebebi erkeklerin rahatlıkla girebildiği mağaza olmamızdan kaynaklanıyor. Başka bir kozmetik mağazası daha feminen olduğundan girmiyor ama bize girip alışveriş yapmaktan keyif alıyor. Piyasadaki erkek markalarının hepsi Boyner'de en geniş şekliyle var. Kozmetik de var. Bu yüzden erkek müşteri Boyner'e geldiğinde her şeyini alıp çıkabiliyor.

Route Magazine: Aksesuar kategorisi de atılımlarınız da var...
Dilek Çağlayan Değirmenci: Mücevher, bijuteri, güneş gözlü ve saat olmak üzere aksesuar bölümümüzde dört alt kategori var. Bunlardan güneş gözlüğünde, tıpkı parfümde olduğu gibi ilk akla gelen destinasyon olmak istiyoruz. Türkiye'nin en geniş Ray-Ban koleksiyonu Boyner mağazalarındadır mesela. En hesaplı rakamdan en üst rakama kadar geniş bir yelpazeye sahibiz.
Swaroski ile işbirliğimiz var. Anneler Günü, Sevgililer Günü gibi özel günlerde Swarovski tarafında çok satış oluyor. Yurtdışından ciddi bir tebrik aldık marka tarafından. Saat kategorisinde pazarın dinamiklerine göre en iyi şekilde yönetmeye çalışıyoruz. Saat tarafında daha farklı çalışmalarımız olacak.
Bijuteri tarafında da el yapımı, kadın girişimcilerin yaptığı inanılmaz güzel tasarımlar olan bir tasarımcıyla çalışmaya başladık. Burada hem girişimci kadını destekliyoruz hem de müşteri tarafında kadın müşteriye özel ama uygun fiyatlı bijuteri sunuyoruz. Yaptığımız her işin altında maneviyat var.

Erkek tarafında aslında işimiz kolay. Erkeğin alışveriş alışkanlıkları çok daha belirgin. Bir de biz Boyner olarak erkek giyiminde, erkek spor kategorisinde erkek müşterisinin çok sadık olduğu bir perakendeciyiz.

GÜZELLİK

Türkiye'de son dönemde "Vaser Liposuction" ve "3 Boyutlu Vücut Şekillendirme" ile doğum sonrası uygulanan "Kombine Operasyon"a yoğun talep var. Plastik cerrahiyi "sanatın içinde tıp, tıbbın içinde sanattır" sözleriyle tanımlayan Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Uzmanı Op. Dr. Esra Bilgen, en çok talep edilen estetik operasyonları ve yaz estetiğinde yükselen trendleri anlattı.

Yaz estetiğinde yükselen trendler

Sağlıklı yaş almanın yanı sıra genç ve güzel görünmek, bunu uzun süreli kılmak hem kadınların hem de erkeklerin artık fazlasıyla önemsediği konuların başında geliyor. Kimi hedeflere ameliyatsız çözümlerle ulaşılabilirken kimi operasyon gerektiriyor. Teknolojiden en fazla yararlanan alanların başında gelen tıp dünyası, her gün bir yenisini duyduğumuz gençleştirme ve güzelleştirmeye yönelik inovasyonları ile yaşlanmayı geciktirmeye odaklanmış durumda.

Türkiye'de son dönemde "Vaser Liposuction" ve "3 Boyutlu Vücut Şekillendirme" ile doğum sonrası uygulanan "Kombine Operasyon"un diğer uygulamalara oranla daha çok talep edildiğini belirten Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Uzmanı Op. Dr. Esra Bilgen, "Dünyada olduğu gibi Türk kadını da bu her üç uygulamayı sevdi" diyor. Plastik cerrahiyi "sanatın içinde tıp, tıbbın içinde sanattır" sözleriyle tanımlayan Op. Dr. Bilgen, hastalarına da inandığı bu felsefe doğrultusunda hizmet verdiğini belirtiyor. Bilgen, "Onların beklentilerine cevap verirken en güncel teknikleri, en doğru biçimde uygulamak öncelikli hedefimdir. İşlemler sonrasında elde ettiğim her başarı ise hastalarımın yüzünüzde bir gülümseme, hayatında özgüven ve yeni bir başlangıcı ifade etmelidir" diyor.

Yaz yaklaşırken kadınlar da erkekler de denizden önce son çıkış için diyete sarılıyor. Aynı durum güzelleşmek için de geçerli. Yaz öncesinde estetik ve güzellik için neler yapılmalı? Hangi estetik uygulamalar ve operasyonlar yazın yapılır, hangileri yapılmaz? En son gençleştirme teknikleri ile bahar ve yaz estetiğinde yükselen trendleri Estetik, Plastik ve Rekonstrüktif Cerrahi Uzmanı Op. Dr. Esra Bilgen anlattı.

AMELİYATSIZ UYGULAMALAR

Sağlıklı cilt, güzelliğin anahtarı...

Op. Dr. Esra Bilgen, gençlik ve güzellik için ilk şartın sağlıklı bir ciltten geçtiğini söylüyor. Yapılacak bakım ile yıpranmış tabaka nazikçe ciltten uzaklaştırılıyor. Lekelenmeye neden olabildiği için de aşırı soyma işleminden uzak durulması gerekiyor. Alerji ve tahrişe yol açmayan işlemlerle alt tabakanın temizlenmesi sonrasında cilde canlandırma işlemleri uygulanıyor.

PRP: Ciltte en güzel uygulamalardan biri PRP. Kişinin kendi kanının işlemden geçirilmesi ve büyüme salgılayan hücrelerin ayrıştırılmasıyla elde edilen sıvı cilde enjekte ediliyor. Tamamen kişinin kendi hücresiyle cildi yenileniyor. Birkaç seans sonra ciltte gözle görülür ışıltı, gençlik ve iyilik hali oluşuyor.

İğneli radyofrekans: Yaz öncesi yapılan uygulamalardan biri. Hem gözenekleri sıkılaştırıyor, hem de akne, yara izlerinde azalma sağlıyor. Özellikle PRP ile kombine uygulamalarda çok başarılı sonuçlar elde ediliyor.

Mezoterapi: Altın iğne ile ya da tek başına yapılan mezoterapi uygulamaları, cildin nem dengesini sağlıyor ve ihtiyaç duyulan aminoasit ve vitaminleri veriyor.

Nem aşısı: Cilt aşırı kuruysa mezoterapi üzerine nem aşısı yapılıyor. Bu uygulamada cilt üstüne sürülen krem, içeriden sürülmüş gibi etki sağlıyor.

Botoks: Estetik uygulamalarında yüzyılın buluşlarından biri olarak nitelendirilen botoks, kaş arası çizgi ve kaz ayakları ile mimik çizgilerinin derinleşmesini önlüyor. Güneşte gözlerin kısılması, özellikle yaza girmeden ilkbahar aylarında, uygulamaya olan talebi artırıyor.

Dolgu: Her mevsimde yapılabildiği gibi, yaz öncesinde yaptırılması halinde tüm yazın rahat ve güzel bir yüzle geçirilmesini mümkün kılıyor. Elmacık kemiği, dudak, ağız kenarı çizgileri ve çene bölgesine uygulanıyor.

AMELİYATLI ESTETİK UYGULAMALAR

Vaser Liposuction: Son yıllarda Türkiye'de en çok istenilen estetik uygulamalarının başında geliyor. Bir zayıflama ameliyatı değil, şekillendirme ameliyatı olan Vaser Liposuction (Vaser Lipo), ameliyat sonrası 2 bedene kadar incelme sağlıyor. Boyun, kol, karın, bel, sırt, ve bacak başta olmak üzere tüm vücuda uygulanabiliyor. Ameliyata kimin uygun olacağı muayene ve cerrahi tecrübeyle belirleniyor.

Vaser Liposuction sisteminde ultrasonik dalgalar, yağ hücrelerini titreştirerek yuvalardan söküyor, sıvılaştırıyor ve vakumla çekme işlemine hazır hale getiriyor. Teknolojideki son gelişmeler sayesinde uygulanan bölgede maksimum oranda yağ çekilirken; daha az kanama, ameliyat sonrasında da daha az morluk ve ağrı oluyor. Uygulamanın bir avantajı da ciltte daha sonra oluşabilecek sarkmaları önlemesi.

Bu uygulama ile 3 boyutlu vücut şekillendirme de yapılabiliyor. Erkeklerde baklavalı karın, kadında fit ve kas bölgeli karın elde edilebiliyor. Vaser Liposuction son yıllarda Türkiye'de de büyük talep görüyor.

"Kum saati görünüm" ile gelen güzellik

Popo şekillendirme: Liposuction'dan elde edilen yağlarla kalça büyütülebiliyor. Yağlar kalçaya enjekte edilerek popo şekillendiriliyor. Özellikle bel ve sırttaki yağlar yok ediliyor ve buradan elde edilen yağlar popoya eklenerek vücutta "kum saati görünüm" oluşturuluyor.

Kombine operasyonlar: Türkiye'nin en sevdiği operasyonlardan biri de kombine operasyonlar. Diğer bir ifade ile ameliyata girmişken birkaç operasyonu birlikte yaptırmak. Liposuction ile meme, burun, çene gibi birkaç operasyon bir arada yapılarak tepeden tırnağa yenilenmek mümkün olabiliyor. Çoğunlukla da doğum yapmış kadınların talep ettiği bir operasyon grubunu oluşturuyor.

Göz kapağı ameliyatı: Son yılların en rağbet gören operasyonlarından biri de göz kapağı operasyonu. Mevsime bağlı olmadan her mevsim yapılabildiği gibi, ideali sonbahar ya da ilkbahar ayları. Cihazlarla yapılan göz kapağı işlemlerinde kapaklar tekrar düşebiliyor ve gözde 15-20 gün mor ve şişlik oluşabiliyor. Ameliyat ise kalıcı bir çözüm sunarak kullanıcısına en az 10 yıl sorun yaşatmıyor. Üstelik operasyon sonrasındaki ilk 5 gün içinde göz normal haline dönüyor.

OTOMOBİL

''PİST'' İÇİN TASARLANDI

OTOMOBİL

Brabham Automotive sonunda yeni BT62 model otomobilini tanıttı. Özel olarak, yalızca pistte kullanılmak üzere tasarlanan süper otomobil, oldukça agresif bir görünüme sahip.
Aracın gövdesi karbon fiber kaplı, aerodinamik açısından fayda sağlayan yan eteklere ve çamurluk havalandırmalarına sahip. Ayrıca aracın ön tamponunda bir hava akımı dağıtıcı, arkasında büyük bir spoiler ve aracı ortalayacak şekilde yerleştirilmiş çift egzoz sistemi bulunuyor. Bunun yanı sıra 18 inç genişliğinde merkezi kilitli tekerleklerinde Michelin Yarış lastikleri bulunuyor.

OTOMOBİL

Aracın agresif dokusu yalnız görünüşünde değil. Otomobil aynı zamanda bin 200 kg bastırma kuvveti uygulayabiliyor. Kullanılan karbon fiber ve karbon Kevlar sayesinde ise süper otomobil yalnızca 972 kg ağırlığında.
Otomobilin iç tasarımda ise FIA-spec fiber yarış koltukları ve 6 nokta kemer ile tamamlanmış. Yarış koltupunun karşısında çıkartılabilir karbon fiber direksiyon, ayarlanabilir pedallar ve 12 inç dijital gösterge paneli bulunuyor.

OTOMOBİL

Süper otomobilin yüksek performansı ise, 5.4 litrelik V8 ortadan motor ile sağlanıyor. Toplam 700 Hp güç ve 666 Nm tork üretiyor. Ve tüm bu güç sıralı vites sistemi ile kontrol ediliyor. Ayrıca pist odaklı üretim dolayısıyla, çift salıncaklı süspansiyon sistemi ile takla atmayı önleyici barlara ve ayarlanabilir Ohlins amortisörlere sahip.
Yalnızca 70 adet üretilecek olan bu süper otomobilin fiyatı ise 1.3 milyon dolar (tabi bu vergilerden önceki fiyatı). İlk satılacak 35 adeti, Brabham'ın Formula 1Deki 35 galibiyetini kutlamak için özel tasarım olacak. Geri kalan 35 tanesi ise, kişiye özel ayarlanabilir olacak.

İtalya'da bir Osmanlı aşığı

"Türkiye benim için tutku demek"

GÜZİDE YÜLEK

Adı Les-Ottomans. Ama yaratıcısı bir İtalyan. Türkiye'yi ikinci evi olarak gören İtalyan Bertrando di Renzo, modern Osmanlı çizgileri taşıyan tasarımların bulunduğu ve tüm dünyaya satış yaptığı markasını nasıl yarattığını, Türkiye'yle ilgili düşüncelerini, Osmanlı kültürüne bakışını, gelecekte neler planladığını anlattı.

Pazarlama eğitimi alan Bertrando di Renzo, "Dekorasyon her zaman en büyük tutkularımdan biriydi" diyor.

Türkiye'ye tutkuyla bağlı bir İtalyan Bertrando di Renzo. 15 yıl önce geldiği Türkiye'ye aşık olmuş. Osmanlı desenlerine ve kültürüne bayılmış. Kendi markası Les-Ottomans ile şimdi dünyanın dört bir yanına ikat desenli yastıklar, modernize edilmiş Osmanlı tabaklar, küçük mobilyalar satıyor. Hala Osmanlı kültürünün tam keşfedilmediğini, çok daha fazla güzellikler barındırdığını söylüyor. Karadenizden Akdeniz'e, Marmara'dan Ege'ye kadar her yeri karış karış gezen Renzo'nun şimdiki rotası Mardin... Ürünlerine Beymen mağazalarından ulaşabileceğiniz Bertrando di Renzo'yla buyrun keyifli sohbetimizi okumaya...

Route Magazine: Les-Ottomans markası ne zaman kuruldu?
Bertrando di Renzo: Les Ottomans, 4 yıl önce kuruldu. Yaklaşık 5 yıl önce danışman olarak çalışıyordum ve bazı şirketler için sık sık Türkiye'ye seyahat ediyordum. Seyahatlerimden birinde ikat kumaşları keşfettim. İkatlar üzerinde bir proje üzerine çalışmaya başlayabileceğimi düşündüm. Bu yüzden de Les-Ottomans'ı kurdum. Benim için ikatı keşfetmek ve bu kumaşın sunduğu olasılıklar bana hayatımın yeni bir dönemini keşfetme fırsatı verdi.

Route Magazine: Adı neden Les-Ottomans?
Bertrando di Renzo: Çünkü markamın felsefesi, İtalyan ruhumu ve Türkiye sevgimi kaynaştırarak Osmanlı kültürüne çağdaş bir bakış sunuyor. Başlangıçtan beri amacım; Türkiye'de sadece endüstriyel ürünler değil aynı zamanda da lüks ürünler üretebileceğimizi göstermekti. Bunun için yerel zanaatkarlara güveniyorum. Onları fikirlerimle yönlendirdim ve koleksiyonlarımı oluşturmaya başladık. Türkiye'de halılarda, çinilerde ve gezdiğim çevrelerde gördüğüm tasarımları modern bir şekilde yeniden yorumlamak istedim.

Route Magazine: Osmanlı ve Osmanlı kültürüyle ilgili ne biliyorsunuz?
Bertrando di Renzo: Sanırım dört yıl önceye göre çok daha fazla bilgi sahibiyim. Yıllar boyunca Osmanlı dünyasını ve kültürünü incelemek zorunda kaldım çünkü ürettiğim her nesne bir hikaye anlatıyor ya da bir anlamı var. Bu dünyayı daha iyi tanımak, öğrenmek için dekorasyon yönünü, nesneleri, renkleri ve sembolleri araştırdım, çok yazı okudum, inceledim, Türkiye'ye geldiğim zaman bu

Markamın felsefesi, İtalyan ruhumu ve Türkiye sevgimi kaynaştırarak Osmanlı kültürüne çağdaş bir bakış sunuyor.

konularla ilgili bol sohbet ettim. Kısacası beni ve yaptığım işi ilgilendiren, Osmanlıyı anlatan her şey hakkında kitap, resim ve makaleleri adım adım takip ettim, okudum. Şunu itiraf etmeliyim ki konu bir derya, hala öğrenecek çok şey var. Bıkmadan, yorulmadan, zevkle öğrenmeye devam ediyorum.

Route Magazine: Mağazanızda ne tür ürünler var?
Bertrando di Renzo: Söylediğim gibi, önce kumaşlarla ve yastıklarla başladım. Bir süre önce bu ürünlerin benim için çok kısıtlı olduğunu düşündüm, çünkü aklımda çok daha fazla şey vardı, fikirler adeta uçuyordu kafamda. Yaptığım işlere farklı bir bakış açısı katabilecek birkaç tasarımcıyla çalışıyorum ve ikat tabak koleksiyonumu oluşturdum. Vito Nesta, Servomuto ve Marco Parmeggiani gibi oldukça tanınan tasarımcılarla geleceğe dair çok güzel sürprizlerim var.
Şimdi sofra (tabaklar) masa örtüleri, aksesuarlar ve küçük mobilyalar içeren birkaç seri oluşturduk.

Route Magazine: Dekorasyona daha önce ilginiz var mıydı?
Bertrando di Renzo: Dekorasyon benim her zaman tutkumdu. Nesneleri aramayı, uyarlamayı, farklı şeylerle karıştırmayı her zaman çok sevdim.

Renzo'nun markası Les-Ottomans için ürettiği ilk tasarımlar kumaş ve yastıklar... Hala en çok satan ürünlerin başında da yastıklar geliyor.

Pazarlama eğitimi aldım çünkü bir markayı yaratmak ya da tanıtmak daha çok ilgimi çekiyordu. Bu iki tutkum da Les-Ottomans'da bir araya geldi.

Route Magazine: Mağazanız, showroom'unuz var mı? Ürünlerinize nereden ulaşılabiliyor?
Bertrando di Renzo: Henüz bir mağazam yok. Ancak yakın bir gelecekte gerçekleştirmeyi düşündüğüm projelerden biri de bir mağaza açmak. Şimdilik internet üzerinden ilerliyorum ve dünyada birçok lüks mağazaya ürünlerimi veriyorum.

Örneğin Türkiye'de Beymen'lerde Les-Ottomans ürünlerini bulabilirler. Ya da 1stdibs, Artemest gibi online platformlardan satın alınabiliyor.

Route Magazine: Hazır aldığınız ürünler var mı?
Bertrando di Renzo: Hayır, ürünlerimi zanaatkarlara yaptırıyorum. Çoğu Türkiye'den geliyor. Kumaşlarım Özbekistan'da elde yapılıyor ama İstanbul'daki atölyemde üretiliyor. Sadece Türk ustalarla çalışmıyorum. Örneğin sofra eşyaları İtalya'da el yapımı hazırlanıyor, masa örtüleri Hindistan'da yapılıyor. Sanatının en iyilerini ortaya çıkarıp markamıza taşıyabilen, hayalimdeki tasarımı gerçeğe dönüştürebilen sanatkarla çalışmayı tercih ediyorum.

Route Magazine: Koleksiyonlarınızda en çok satılan ya da en popüler olan ürün hangisi?
Bertrando di Renzo: Yastıklar en çok satan ürünlerim. Çünkü ilk onlarla başladım ve onlar sayesinde dünyanın farklı ülkelerinde tanındım. Ancak şunu itiraf etmeliyim ki sofra grubu ürünlerim çok güzel ve çok talep görüyor. Bu talep sanırım piyasada bulunabilecek sofra takımlarıyla kıyaslandığında renkli, güçlü ve görüntüleriyle sıra dışı olmasından kaynaklanıyor. Ayrıca her paranın yaratıcı ve bir hikaye anlatıyor olması hepsinden çok daha da önemli.

Hayır, ürünlerimi zanaatkarlara yaptırıyorum. Çoğu Türkiye'den geliyor. Kumaşlarım Özbekistan'da elde yapılıyor ama İstanbul'daki atölyemde üretiliyor.

Route Magazine: Osmanlı tasarımı ürünleri İtalya'da satmak kolay mı? İnsanlar bu ürünleri ne kadar seviyor, ne kadar ilgi gösteriyor?
Bertrando di Renzo: Ürünlerimi yalnızca İtalya'da değil tüm dünyada satıyorum. İlk başlarda insanlar ürünlerimin renkleriyle ilgili biraz çekingen davranıyorlardı çünkü çevrelerinde gördükleri her şey ya tek renk ya griydi. Her şey birkaç yıl önce değişti. Moda şimdi çok daha renkli, yaratıcı tasarımlar artıyor ve tüm bunlar doğrudan ev koleksiyonlarına da yansıyor. Yani o günden bugüne yavaş yavaş şekillendi diyebilirim. Yumuşak bir geçiş oldu. Hiç bir şey kolay olmuyor. Hep başlangıçta biraz zorluyor ama sıkı çalışınca, sebat edince emeğinizin karşılığını alıyorsunuz.

Les-Ottomans'da sofra ürünleri de var. İkat desenli rengarenk tabaklar, masa örtüleri dikkat çekici. Vito Nesta, Servomuto ve Marco Pareggiani gibi tanınan tasarımcılarla tabak koleksiyonunda işbirliği yapıyor.

Route Magazine: Siz en çok hangi ürünü seviyorsunuz?
Bertrando di Renzo: Yaratıcılığın ortaya çıktığı ürünler tasarlamayı seviyorum. El yapımı ürünlerden hoşlanıyorum çünkü korkarım ki kültürlerimizi temsil eden "savoir faire"i (el becerisi) kaybediyoruz. Bu yüzden mümkün olduğunca esnaflarla, zanaatkarlarla çalışmayı tercih ediyorum. Favori ürünüm yok ama favori ruh halim var diyebilirim: Renkler...

Route Magazine: Markanızın tüm tasarımlarını siz mi çiziyorsunuz?
Bertrando di Renzo: Özellikle kumaş tasarımların çoğunu ben tasarlıyorum. Ancak daha önce de söylediğim gibi sofra, halı ve küçük mobilyalar için Vito Nesta ya da Marco Parmeggiani gibi bazı tasarımcılarla işbirliği yapıyorum. Onlar markanın çizgisine özel hazırlıyorlar.

Route Magazine: Osmanlı'dan ilham alınarak tasarlanan dekorasyon ürünlerinde en etkili desen sizce hangisi ve neden?
Bertrando di Renzo: En sevdiğim tasarımlardan biri nazar boncuğu. Onu birkaç farklı şekilde ürettim. Sembolün anlamını seviyorum. Hayatta hepimizin biraz şansa ihtiyacı var.

Route Magazine: Bir İtalyan neden kendi ülkesinde Osmanlı kültürüne ait ürünleri satmak ister ve markasının adını Les-Ottomans koyar?
Bertrando di Renzo: Bunu bir çok kişi soruyor. Özellikle de Türk insanı... Ben de şöyle soruyorum: Bu neden bu kadar garip geliyor? Türk sanatı ve kültürünü kullanırken, İtalyan sanatından ilham alan çok sayıda yabancı da var. Türkiye ve

SÖYLEŞİ

Osmanlı kültüründe sıkça rastladığımız alemler, keten ve kadifeden tasarlanmış farklı renklerde ikat desenli yastıklar,Les-Ottomans'ın en çok satan parçaları arasında yer alıyor.

Türkiye ve Osmanlı dünyası henüz gün yüzüne çıkmamış, keşfedilmeyi bekleyen güzelliklerle dolu ve ben bunu keşfetmeyi çok seviyorum.

Osmanlı dünyası henüz gün yüzüne çıkmamış, keşfedilmeyi bekleyen güzelliklerle dolu ve ben bunu keşfetmeyi çok seviyorum. Bir de Osmanlı ürünlerini değil, modern bir Osmanlı tarzıyla tasarlanan modern objeler satıyorum.

Route Magazine: Türkiye'ye ne kadar sıklıkla geliyor ve ne kadar tanıyorsunuz?
Bertrando di Renzo: İlk kez 15 yıl önce geldim Türkiye'ye... Dünyadaki en sevdiğim şehirlerden biri olan İstanbul'a ilk görüşte aşık oldum. Artık hayatımın bir parçası Türkiye benim. Çünkü işim nedeniyle sık sık gelip gidiyorum. İstanbul ikinci evim. Hem Türkiye hem de Türk insanıyla özel bir bağım var. Türkiye benim için tutku demek.

Route Magazine: İstanbul dışında başka şehirlerini gördünüz mü? Sizi etkileyen şehirler var mı?
Bertrando di Renzo: Anadolu'dan Ege kıyılarına, Antalya'dan Karadeniz'e kadar hemen hemen her yerini gezdim. Türkiye'yi daha çok keşfetmek istiyorum. Gitmedik hiç bir şehri kalsın istemiyorum. Bir sonraki durağım Mardin olacak.

Route Magazine: Eklemek istediğiniz bir şey var mı?
Bertrando di Renzo: Umarım Türk firmalarına ve özellikle gençlere örnek olurum.

İlk kez 15 yıl önce geldim Türkiye'ye... İstanbul'a ilk görüşte aşık oldum. Artık hayatımın bir parçası Türkiye ve işim için sık sık gelip gidiyorum. İstanbul ikinci evim.

DEKORASYON

Yalın güzeldir

Şişe Cam'ın "Simple is Beautiful" felsefesiyle tasarladığı Nude serisi, İngiltere Exclusively Housewares Fuarı'nda sergileyeceği tasarımlarıyla adeta büyülüyor. "Nude Pigmento", "Parrot", "Big Top" ve "Hepburn" koleksiyonlarının yanı sıra Defne Koz'un Layers vazoları ve Pentagon Design'ın tasarladığı Nest şekerlikler yaşam alanlarına lüksü taşıyor.

"Golden Age'den ilham alınarak tasarlanan "Hepburn" koleksiyonu, kusursuz bir şıklığa sahip.

Dünyanın üçüncü en büyük cam ev eşyası üreticisi Şişecam Topluluğu'nun global tasarım markası Nude, 12-13 Haziran'da İngiltere'de gerçekleşecek Exclusively Housewares Fuarı'nda yeni tasarımlarını sergileyecek.

Dünya prömiyerini 2014 yılında Maison Objet Paris'te yapan, ardından Milano ve Frankfurt'taki uluslararası fuarlarda boy gösteren Nude, tüm koleksiyonlarını "Simple is Beautiful" (Yalın Güzeldir) felsefesiyle tasarlıyor.

Nude; Ron Arad, Erdem Akan, Brad Ascalon, Ali Bakova, Ayşe Birsel, Nigel Coates, Joe Doucet, Alev Ebuzziya, Studio Formafantasma, Sebastian Herkner, Mikko Laakkonen, Defne Koz, Tomas Kral, Tamer Nakışçı, Pentagon Design, Adrien Rovero, Alejandro Ruiz, Studio Rygalik, Markku Salo, Inga Sempe, Youmeus Design'ın aralarında olduğu, dünyanın sayılı saygın tasarımcılarının yanı sıra Nude Design Team ekibinden Burcu Akbuluz, Hazal Balasar, Sinem Hallı, umut Karaca ve Sevgi Kes gibi önemli tasarımcılarla çalışıyor.

Nudeglass.com ile dünyanın 120 ülkesine satış yapan Nude, Milano ve Türkiye'de Paşabahçe Mağazaları'nda satılıyor. Ayrıca Bergdorf Goodman, WalpaperStore, The Conran Shop Paris ve Londra, La Rinascente Milano, MOMA (Fransisco, New York, Tokyo), Lane Crowford Honkong, Printemps Paris noktalarından ulaşılabiliyor.

FUARDA NELER VAR?

Nude'un İngiltere Exclusively Housewares Fuarı'nda sergileyeceği ürünler yine aynı felsefeyle yani yalınlık üzerine kurgulanmış.

Yalın ve elegan bir koleksiyon: "Nude Pigmento"

Hollanda'da yer alan Studio Formafantasma'nın Nude için tasarladığı Pigmento koleksiyonu, cam üzerinde dağılan pastel renklerin her defasında yarattığı farklılık ve yalın formu ile göz kamaştırıyor. Karaf, servis tabakları ve saklama kaplarından oluşan koleksiyon, yalın bir şıklık sunuyor.

Pigmento'da tasarımcılar, bilinen bir tekniği yeniden yorumlayarak ürüne hareket ve canlılık katıyor. Buğulu camın üzerinde yayılan renkler, her defasında farklı bir dağılım oluşturuyor. Beyaz üzerine pastel tonlardaki renkli pigmentlerin ürünlerin farklı kısımlarında kullanılması, her bir parçayı benzersiz kılıyor. Hepsi birbiriyle uyumlu ancak her biri benzersiz bir servis takımı ortaya çıkıyor ve şık masalar yaratılmasını sağlıyor.

İşlevsellikle şıklığı birleştiren "Parrot"

Tomas Kral'ın Nude için tasarladığı sürahi ve bardak takımından oluşan Parrot koleksiyonu, işlevselliği ve şıklığı bir arada sunuyor. Doğadan esinlenmiş, egzotik, eğlenceli ve zarif bir tasarım olan Parrot koleksiyonu, sürahi ve bardak takımından oluşuyor. Tasarım ve işlevselliği birleştiren Parrot, doğa veya kültürden çağrışımlar uyandırarak kullanıcıları neşelendirmeyi hedefliyor.

Layers vazolar ile zarif ve dingin mekanlar

Defne Koz'un Nude için tasarladığı Layers vazo koleksiyonu, renkleri ve ışık kırılımlarını mekana yayma özelliğine sahip. Çeşitli yarı saydam formların üst üste gelmesi üzerine kurgulanmış tasarım fikrini

Defne Koz'un tasarladığı Layers koleksiyonu beyaz, gri, mavi, amber, altın ve platin renklerinde ve üç farklı formda vazo içeriyor.

Karaf, servis tabakları ve saklama kaplarından oluşan Pigmento koleksiyonu, yalın bir şıklık sunuyor.

esas alan cam vazo koleksiyonu, bulunduğu ortama dinginlik katıyor. Layers koleksiyonu beyaz, gri, mavi, amber, altın ve platin renklerinde ve üç farklı formda vazo içeriyor.

Fransız beresinden aldığı ilhamla büyülüyor

Sebastian Herker'in Nude için tasarladığı ve ilk olarak dünyada dekorasyon trendlerini belirleyen en önemli fuarlardan biri olan Maison&Object Paris'te sergilenen Beret koleksiyonu, Milano Tasarım Haftası'nda yer alacak koleksiyonlar arasında. Fransızların ünlü şapkası "Beret"ten ilham alan bu zarif saklama kaseleri, göz alıcı renkleriyle büyülüyor.

Miksoloji servisi Big Top ile özel bir deneyime dönüşüyor

Youmeus tarafından Nude için tasarlanan Big Top koleksiyonu, miksoloji servisini özel bir deneyime dönüştürüyor. Sirk cambazlarının esneklik ve güçlerinden ilham alan Youmeus, koleksiyonda cam ve metalin ışıltılarını birlikte kullandı. Pirinç görünümlü; shaker, süzgeç, tıpa, karıştırıcı ve rende içeriyor. Servis seti; eşleşen cam objeler, buzluk, maşalar, pipetler ve kokteyl çubuklarından oluşuyor.

Cesur dikey damlalardan oluşan bir seri"Wayne"

Wayne serisinde her bir parça cesur dikey damlalardan oluşuyor. Her bir camın altındaki yatay kanallar ürünün parlaklığını derinleştiriyor. Bardakların alt ve üst kısımları keskin bir şekilde ayrışıyor ve üst üste binen rastlantısal kesimlere zenginlik katıyor.

Kusursuz şıklığı ile "Hepburn"

İlk olarak Milano'da yapılan Host Fuarı'nda görülen ve Brad Ascolon tarafından "Golden Age" den ilham alınarak Nude için tasarlanan Hepburn koleksiyonu, dönemin karakteristk özelliklerini taşıyor. Yalın metalik parçalarla ve aksesuarlarla süslenmiş Hepburn, kusursuz bir şıklığa sahip. Kokteyl, likör ve kup bardakları ile karıştırıcı, sürahi ve shaker'dan oluşan Hepburn koleksiyonu; zarif, eğlenceli ve yalın yapısı ile sizleri miksoloji dünyasına davet ediyor.

Büyülü görünümüyle Mist vazolar

Dış yüzeyindeki dalga efekti ile optik bir ilüzyon yaratan Mist Vazolar, farklı renk yansımaları ile içinde bulunduğu ortama büyülü bir görünüm kazandırıyor. Üç farklı boyda üretilen ve Tamer Nakışçı tasarımı olan vazolar, dergilik olarak da kullanılabiliyor. İçinde bulunan objeye de gizemli bir hava katan bu dekoratif koleksiyon ev ve ofislere şıklık katıyor.

Nest şeker kasesi yeni renkleriyle göz dolduruyor

Nude için Pentagon Design tarafından tasarlanan Nest kaseler, hem dekoratif hem de dekorasyonun tamamlayıcısı olarak kullanılabilen iki boyuta sahip. Özel kapağıyla kolaylıkla açılıp kapanabilen Nest kaseler, dekoratif amaçlı kullanımın yanı sıra saklamak istenilen eşyalar için de tercih edilebiliyor. Nest kaselerin pembe, kobalt mavisi, karamel, açık gri ve sade renkleri bulunuyor.

Miksoloji servisini özel bir deneyime dönüştüren Big Top koleksiyonunda Youmeus imzası var.

Mist vazolar üç farklı boyda üretilmiş. Tamer Nakışçı tasarımı vazolar dergilik olarak da kullanılabiliyor.

Sürahi ve bardak takımından oluşan Parrot koleksiyonu, kullanıcıları neşelendirmeyi amaçlıyor.

Daha önce Paris Maison&Object'de sergilenen Beret koleksiyonu, Fransızların ünlü şapkası "Beret'den ilham alıyor ve renkleriyle büyülüyor.

Plajın en şıkları

Deniz, kum, güneş üçlüsüyle kucaklaşmadan önce kusursuz plaj görünümü için mayo-bikini ve plaj kıyafetleriniz hazır mı? Eğer hala ne giyeceğinize karar veremediyseniz sizi dünya jet set'inin markalarını bir arada sunan Beymen'in Beachwear Lounge'una davet ediyoruz.

Zorlu Center Beymen'in içinde yer alan Beachwear Lounge'da dünya markalarının plaj ürünlerini bir arada bulunuyor.

Tatile çıkmadan, havuz başında yerinizi almadan önce yaz sezonuna imzanızı atmanıza olanak tanıyan dünyaca ünlü markaların birbirinden şık plaj tasarımlarını bir arada bulabileceğiniz Beyman Beachwear Lounge'a uğramalısınız. Zorlu Center Beymen Beachwear Lounge'da; Lisa Marie Fernandez, Solid & Stripe, Mattheau Swim, Zimmermann, Sand & Blue, Patbo, On the Island gibi dünyaca ünlü markaların zarif ve göz alıcı birbirinden çarpıcı desenli bikini ve mayo alternatiflerinin yanı sıra plaj stilini tamamlayan pek çok kıyafet ve aksesuar da yer alıyor. Dantel veya canlı renklerdeki plaj elbiseleri Seafolly; göz alıcı kaftanları ile Carolina K.; gözalıcı sandaletleriyle Emilio Puctci, Isabel Marant; şık hasır şapkalarıyla Marzi, Eugenia Kim; her zevke uygun çanta alternatifleriyle Loewe, Cult Gaia, Truss, Tulla, Sophie Anderson kusursuz plaj görünümüzü tamamlamanız için koleksiyonlarıyla yeni sezona hazır.

KENDİNİZİ ŞIMARTIN

Divina's
Luxury Spa Selection

“Koku, bilinçaltımıza etki eden tek duyumuzdur”

GÜZİDE YÜLEK

Kendimizi iyi hissetmek, doğayla bütünleşmek, psikolojimizi dengelemek için aromaterapi en güzel yollardan biri... Homemade Aromaterapi’nin kurucusu Aslı Bilgin ile çakraları, evimizin enerjisini nasıl temizleyeceğimizi, kolay ve doğal temizlik ürünleri, sprey yapımını konuştuk.

ASLI BİLGİN

Mevcut ortamda iyi ve doğal yaşamak artık lüks. Çünkü çevrenizde neye elinizi uzatsanız yapay, kirli ya da hem doğaya hem de size zarar veriyor. Yani eskiden kolayca sahip olduğumuz her şey artık lükse giriyor. Tüm bu doğal olmayan elemanlar bedenimize, ruhumuza, çakralarımıza zarar veriyor, tıkıyor ve hasta ediyor. Peki nasıl önlem almalıyız? Yıllar önce kızı doğduğunda tüm bunları inceleyen ve kararını aromaterapi'den yana verip eğitim alan, bugün Kuzguncuk'ta kendi dükkanı bulunan Aromaterapist Aslı Bilgin ile neler yapabilirizi konuştuk. Aslında yapmamız gerekenler o kadar kolay ve basit ki!

Route Magazine: Aromaterapi hayatınıza ne zaman girdi? Bu seçimi nasıl yaptınız?
Aslı Bilgin: 2003 yılında başlayan bir süreçte, tutkumu, eğitime, öğrenmeye yönlendirmemle başladı. Öğrendikçe hiç bir şeye, hiç bir ürüne güvenememekten, kendi kremimi, sinek kovucumu, güneş yağımı vb kendim yaparak başladım. Saf uçucu yağlara ulaşmanın, güçlüklerini gördükçe ve bu hammaddeyi bulabilme bilgisini edindikçe de 2012 yılında Homemade Aromaterap'yi kurdum.

Route Magazine: Aromaterapinin amacı nedir?
Aslı Bilgin: Aromaterapi, bitkilerin, kök, sap, tohum, çekirdek, çiçek, reçine, yaprak vb bölümlerinden elde edilen güzel kokulu yağlar aracılığı ile 'ruh-beden-zihin' dengesi vermeyi amaçlar.

Route Magazine: Uçucu yağ nedir? Bu uçucu yağları nasıl kullanmak gerekir? Nelere dikkat etmek gerekir?
Aslı Bilgin: Uçucu yağlar, bitkilerin çeşitli bölümlerinden distilasyon veya soğuk presleme yöntemleri ile elde edilen, bitkinin kendinden 100 misli daha kuvvetli olan, aynı zamanda bitkinin ruhu da dediğimiz yağlardır. Distilasyonla elde edilen yağlara örnek olarak, lavanta, biberiye, adaçayı, kekik, okaliptüs naneyi, soğuk presleme yoluyla elde edilen yağlara ise, portakal, limon, bergamot, greyfurt, mandalina gibi tüm narenciye yağlarını örnek verebiliriz.

Route Magazine: Çakraları açmak için de uçucu yağ kullanılıyor değil mi?
Aslı Bilgin: Evet, uçucu yağları, yedi ana enerji merkezimiz olan çakraları dengelemek için de kullanabiliriz.

Route Magazine: İnsanlar çakralarının tıkalı olduğunu nasıl anlayabilirler? Ve kendileri açabilirler mi? İlle bir uzmanın mı açması gerekiyor?
Aslı Bilgin: Hangi çakramızda dengeye ihtiyaç olduğunu bir uzmana da danışabiliriz ama hastalıkların önce duygusal bedenimizde oluşmaya başladığını düşünürsek, kronikleşmiş ve bizi yoran duygularımızı, düşüncelerimizi, yaşadığımız fiziksel rahatsızlıkları yani kendimizi gözlemleyerek de bilebiliriz aslında. Biz bunun için bir renk testi yapıyoruz.

Route Magazine: Hangi çakra için hangi yağın, nasıl kullanılması gerekiyor?

1.Çakra dengesi sağlayan Aromaterapik Yağlar: Sedir / Karanfil / Zencefil / Patchouli
2. Çakra dengesi sağlayan Aromaterapik Yağlar: Ylang-Ylang / Sandal Ağacı
3. Çakra dengesini sağlayan Aromaterapik Yağlar: Lavanta / Biberiye / Bergamot
4. Çakra dengesini sağlayan Aromaterapik Yağlar: Gülyağı
5. Çakra dengesini sağlayan Aromaterapik Yağlar: Okaliptüs / Adaçayı
6. Çakra dengesini sağlayan Aromaterapik Yağlar: Nane / Yasemin
7. Çakra dengesini sağlayan Aromaterapik Yağlar: Günlük (Frankincense)

Route Magazine: Kokunun insan yaşamındaki etkisi ve yeri çok büyük. Şamanizmden babaannelerimize kadar geliyor. Sonrasında azalıyor, günümüzde ise insanların birçoğu bunları unuttu. Örneğin eskiden babaannem evde adaçayı yakardı, iyi geldiğini söyler, nazardan korur derdi, günlük koyardı ocak üstüne zaman zaman... Aslında bunların çoğu evin havası-

nı yenilemek, enerjisini tazelemek gibi. Var mı böyle uygulamalar? Evimiz için neler yapabiliriz?
Aslı Bilgin: Tabii, haftada en az bir kere evi, tüm odaları, köşeleri, evin merkezini ve varsa karanlıkta kalmış rutubetli alanları sap adaçayı ile tütsülemek ve arada adaçayı yanına günlük ve üzerlik de ekleyerek yakmak sinerjik etki yaratarak daha da etkili olmasını sağlayacaktır. Daha pratik olsun diyorsanız, günlük ve adaçayı uçucu yağlarını bir su ve alkolle karıştırıp sprey şeklinde ortama da sıkabilirsiniz. Palo santo da yine çok sevdiğim tütsülerden biridir.
Burada bir önemli konu da sentetik esanlarla hazırlanmış hiç bir mum, sprey, tütsüyü asla kullanmamaktır, bunlar herhangi bir enerji temizliği yapmayacağı gibi üzerinde de sağlığımıza zarar verir.

Route Magazine: Temizlik için sirke kullanımı önerilir? Ne düşünüyorsunuz?
Aslı Bilgin: Bir sirkeyi dahili olarak kullanacaksak, mutlaka ve mutlaka doğal fermantasyon yoluyla, yani, organik meyvelerden yaklaşık 6-8 ayda hazırlanmış olmalıdır, bu çok önemli. Piyasada gördüğümüz sirkelerin yüzde 90'ını oluşturan asetik asitle hazırlanmış sirkeleri ise ancak ev temizliğinde kullanabiliriz. Doğal fermantasyon bir sirke, vücudumuz için harika bir iyi bakteri kaynağı, cildimiz için tonik, saçımız için yumuşatıcı ve daha onlarcasıdır.

Route Magazine: Piyasada sentetik pek çok yağ satılıyor. Bunları insanlar nasıl ayırt edebilirler?
Aslı Bilgin: Uçucu yağların saf mı, sentetik mi olduğunu anlamanın yollarını söyle sıralayabiliriz: Öncelikle etiketin üzerinde mutlaka uçucu yağ olduğu yazmalıdır, yani nane yağı değil, nane uçucu yağı diye belirtilmeli, arka etikette bitkinin latince botanik ismi bulunmalı, cilde sürülecekse bir baz yağa en fazla kaç damla damlatılması gerektiği de belirtilmiş olmalıdır. Uçucu yağların saflığını anlamanın bir yolu da leke testidir, saf uçucu yağları bir kağıda veya peçeteye damlattığınızda bir süre sonra uçar gider, izi kalmaz ama sentetik olanlarda zeytinyağı gibi yağ lekesi kalır.

Route Magazine: Günümüz insanı giderek topraktan uzaklaşıyor, kibrit kutusu binalarda yaşıyor, modern yaşamın getirdiği teknolojik aletleri kullanıyor ve komşuluk, dostluk kalmıyor. Hastalıklar arttı. Günümüz hastalıklarına (kanser, migren, sık grip olma, alerjik nezle vb) önereceğiniz şeyler nelerdir? Hangi bitki nelere iyi geliyor? Hem hastalıklar, hem ruhsal olarak insanlar neyi, nasıl yapsınlar?
Aslı Bilgin: Aromaterapiyi tedavi değil de hastalanmamak, sağlığımızı korumak için kullanabiliriz, önemli hastalıkların tedavisinde ancak bir tıp doktorunun yönlendirmesi ile kullanılması gereken tamamlayıcı bir yöntemdir.
Sağlığımızı korumak için neler yapabiliriz dersek de; Öncelikle, aldığımız elektromanyetik yükü atmak için tuzlar, baz yağlar ve uçucu yağlar ile hazırladığımız ovmaları hayatımıza katmamız çok önemlidir. Çok kuvvetli bir antivirüs ve antibakteriyel etkiye sahip olan okaliptüs, nane, kekik vb yağları koklamak veya bir baz yağa karıştırarak sürmek bizi kalabalıklarda, mikroplu ortamlarda hastalıklardan korur. Greyfurt, bergamot, portakal gibi narenciyeler bizi canlandırır, mutluluk verir, ruh halimizi yukarı taşır. Lavanta, bioritmimizi dengeler, uykuya geçişi kolaylaştırır, yanık, sinek sokması gibi durumlarda harikadır. Migrenden korunmak için de hayatımıza katmak, her akşam yatmadan önce yastığımıza bir damla damlatmak çok iyi gelir.

Evde kullanabileceğiniz birkaç pratik tarif

Temel Lavabo Temizleyicisi
½ fincan sirke, ¼ fincan karbonat, 3 damla lavanta, biberiye, limon veya portakal uçucu yağları

Ayna Temizleyici
1 ½ fincan sirke, ½ fincan su, 8 damla narenciye uçucu yağı

Kuvvetli Tuvalet Temizleyici
1 fincan boraks, 1 fincan beyaz sirke, 10 damla lavanta uçucu yağı, 5 damla limon uçucu yağı

Küf Engelleyici
1 ¼ fincan beyaz sirke, ½ fincan su, 5 damla tarçın, 7damla tea tree uçucu yağı

Bebek Çamaşırları
2 yemek kaşığı sıvı kastil sabun, ¼ fincan çamaşır sodası, 1 fincan karbonat, ½ fincan boraks, lavanta uçucu yağı (opsiyonel)

Route Magazine: Sizin güzellik ürünleriniz de var hazırladığınız. Mesela anti aging bir krem için neleri kullanıyorsunuz? Bunlar hazırlandıktan sonra ne kadar sürede tüketilmesi gerekiyor?
Aslı Bilgin: Evet, Homemade Aromaterapi olarak yaklaşık 6 senedir GMP (Good Manufacturing Practice)'i olan laboratuvarımızda geleneksel yöntemlerde ürünler hazırlıyoruz. Biz krem bazı olarak shea butter kullanıyoruz. En sevilen ürünlerimizden de biri olan yoğun nemlendiricimizi, tamamı soğuk sıkım yağlar olan, shea butter, havuç tohumu, kuşburnu yağları ve lavanta uçucu yağı ile hazırlanmıştır.

Route Magazine: Aromaterapi için uçucu yağlarla bir nevi beyni kodlamak diyebilir miyiz?
Aslı Bilgin: Koku, 5 duyu organı içerisinde bilinç altına etki eden tek duyumuzdur ve % 100 saf uçucu yağlarlar da (kimyasal olarak üretilmiş parfüm esansları değil) , limbik sistemimize direkt uyarı yaparak, normalde hayatın içinde temizlememizin çok daha zor olacağı sorunları çok daha hızlı şekilde iyileştirme gücüne sahiptir.

Route Magazine: Yeriniz Kuzguncuk'ta ve workshop'da veriyorsunuz? Workshop'larda neler öğretiyorsunuz, ne kadar sürüyor?
Aslı Bilgin: Evet, Kuzguncuk'da her ay 4-5 kere, 4 saatlik workshoplarım oluyor. Bunları ben veriyorum ve aromaterapi nedir, hayatımızın tüm alanlarına nasıl katabileceğimizi anlatıyorum. Bunun dışında da kadrosu üniversiteden değerli eğitmen ve konuşmacılardan oluşan 53 saatlik bir Aromaterapi sertifika programımız var.

Route Magazine: Kaç çeşit ürününüz var, bunlar neler?
Aslı Bilgin: Yaklaşık 250 adet ürünümüz var. Uçucu Yağlar, Baz Yağlar, Bitki Suları, Kremler, Serumlar, Kastil Sabunlar, Masaj Yağları, Ovmalar, Erkek Bakım Serisi, Koklama Kutuları, Sirkeler, Oda Spreyler, Çakra Yağları, Saç Bakımı, Ağız Bakımı, Deodorantlar, Doğal Temizlik, Tütsüler, Buhurdanlıklar, Soyalı ve Balmumu Mumlar ile bünyemizde bulunan tekstil atölyemizde de lavanta yastıkları, kese, boyun yastıkları, herbal ball gibi ürünlerimizi üretiyoruz.
Route Magazine: En çok hangi ürün ya da yağ satın alınıyor?
Aslı Bilgin: En sevilen ürünlerimiz, Günlük hayatın

içerisinde topraklanma da sağlayan Arındırıcı El Ovmamız, dinlerde kutsal kabul edilen 8 ayrı bitki özü ile hazırlanmış bolluk bereket yağımız, % 100 saf gülsuyumuz, enerji temizleyici günlük & adaçayı spreyimiz, buhurdanlığımız, shea butterlı nemlendiricilerimiz, lavanta yastıklarımız, koklama kutularımız, kastil sabunlarımızı sayabilirim. Tek yağ olarak söylersem en fazla lavanta, okaliptüs ve greyfurt birinci sırada.

Route Magazine: Türk insanının hangi çakrası tıkalı?
Aslı Bilgin: Bu konuda bir genelleme yapabilmek çok zor. Bunu daha fazla ortam/duygu bazında söyleyebilirim. Uzun süredir mutsuz olduğu bir kurumsal işinden ayrılmak isteyenlerde 3.çakra – karın çakrası dengesiz çıkabilirken, derin bir kırgınlık yaşayan birinin kalbinde dengeye ihtiyacı, hamile veya yeni doğum yapmış birinde 2.çakra yani sakral çakra dengesine ihtiyaç olabiliyor.

Evimizin enerjisini dengede tutma için ritüeller

Öncelikle eviniz size ait ve sizden başka kimsenin enerjisi ona etki edemez, siz nasılsanız o da öyledir. Korkulması gereken tek şey korkunun kendisidir. Bunu hep aklınızda tutun.
· Dolunay zamanının hem ruhsal hem de fiziksel temizlik için en kuvvetli zamanlardır. Bu zamanlarda evde birikmiş olan tüm negatifin, size artık iyi gelmeyenin evden gitmesi niyetini de koyarak evin kuzey – güney – doğu ve batısına birer mum yakıp koymayı çok severim. Bunu için içerisinde sentetik parfüm esansları olan parafinli mumlar yerine soya veya balmumu ile hazırlanıp, saf uçucu yağlar ile kokulandırılmış mumlardan yakmak önemlidir. Benim bu konuda tercihim patchouli, günlük, ada çayı ve lavantalı olanlar.
· Evin bolluk bereketinin artması için, evin en sevdiğiniz köşesine, kristal bir çanağın içerisine su koyup bunun içerisine de geçmişten günümüze bu enerjiyi arttırdığına inanılan yağlardan damlatarak burada bir alan yaratmak bana etkilidir. Bu enerjiyi arttırdığına inanılan bitki öz yağlarından günlük, mür, portakal, tarçın, patchouli, vetiver, karanfil, zencefil, ladin benim en sevdiklerimdir. Ben bunun için hazırladığımız bu uçucu yağ karışımımızı kullanıyorum.
· Haftada en az bir kere evi, tüm odaları, köşeleri, evin merkezini ve varsa karanlıkta kalmış rutubetli alanları sap adaçayı ile tütsülemek ve arada adaçayı yanına günlük ve üzerlik de ekleyerek yakmak sinerjik etki yaratarak daha da etkili olmasını sağlayacaktır. Daha pratik olsun diyorsanız, günlük ve adaçayı uçucu yağlarını bir su ve alkolle karıştırıp sprey şeklinde ortama da sıkabilirsiniz.
· Mevsiminde canlısını ve daha sonrasında da kurutulmuş Sarı Kantaron Çiçeğini bir vazo içerisinde veya asarak evde tutmak, özellikle de evin giriş kapısına yakın bir yere koymak her zaman iyidir.
· Yatak odanızı havalandırıp, çarşaflarınızı silkeleyip üzerine lavanta uçucu yağı ile hazırlanmış çarşaf spreyi ile kokulandırmak hem sakinlik, gevşeme hem de uykuya hazırlık için harikadır.
· Cam ve aynalarınızı sirke ile silmek, hem enerjisinin hem de kendisinin en kolay şekilde temizlenmesine yardımcı olur.
· Son bir sene içerisinde giymediğin bir kıyafet demek ki çok da gerekli değilmiş diye düşünerek, ayırmak vermek hem bir başkasını mutlu etmeye hem de yeni gelecekler için yer açmaya yarar. Dolap içleri için de favorim naftalin yerine kullanacağınız sedir uçucu yağı ile lavanta ve portakal benim en sevdiklerim.
· Güne canlılık, mutluluk ve ruh-beden-zihin dengesi veren greyfurt uçucu yağını koklayarak veya günlük duşunuza katarak başlayıp, yatarken de sakinlik, rahatlama ve uykuya geçişi kolaylaştıran lavanta ile bitirmek, özellikle kış aylarında okaliptüs, kekik ve nane uçucu yağlarını bir çanak su içerisine damlatıp kaloriferin üzerinde tutmak ortamı virüs be bakterilerden koruyacaktır.

TASARIM

Cartier'in 8 haftada yarattığı şaheser

15 Haziran'da vizyona girecek olan "Ocean's 8" filminin tek mücevher ortağı olan Cartier, orijinali Jacques Cartier tarafından Nawanagar Mihracesi için 1931 yılında tasarlanan kolyenin replikasını tam 8 haftada geceli gündüzlü çalışarak hazırladı. Filmde Anne Hathaway'in boynunda göreceğimiz kolye, Cartier mücevher ustalarının zanaatkarlığını yansıtıyor.

Önümüzdeki ay vizyona girecek olan “Ocean’s 8” filmin tek mücevher ortağı olarak teklif alan Cartier’in projeye ‘evet’ demesinin ardında, kadınlara kendileri gibi olmaları için cesaret veren geçmişi yatıyordu. Bir mücevher tasarımcısından, filmdeki soygun sahneleri için çok özel bir parça tasarlaması talep edilince, bu süreç son derece meşakkatli ve heyecan verici bir girişime dönüştü. Cartier, filmde kullanılacak bu çok özel parça için, Paris’te rue de la Paix’de bulunan mücevher atölyelerini deyim yerindeyse adeta harekete geçirdi. Çünkü atölyedeki mücevher zanaatkarlarının bu görevi sekiz hafta içerisinde tamamlamaları gerekiyordu. Cartier, sinema filmine özel, hayal gibi bir tasarım yapılması için tüm zanaatkarlığını bu kolyeye vakfetti ve tamamlanan kolyeyi Paris’ten New York’a gönderdi.

Beş gece süren ve Metropolitan Müzesi’nde çekilen sahnelerde, Cartier koleksiyonunda yer alan mücevherler, saatler ve aksesuarlar, filmde rol alan oyunculara emanet edildi. Filmde sıkça karşımıza çıkan ve New York'un simgelerinden biri olan Maison de Cartier, ana sahnelerin çekildiği mekân haline geldi. Filmin çekilebilmesi için Maison de Cartier, iki gün boyunca ziyarete kapatıldı ve salonları adeta birer sinema setine dönüştü.

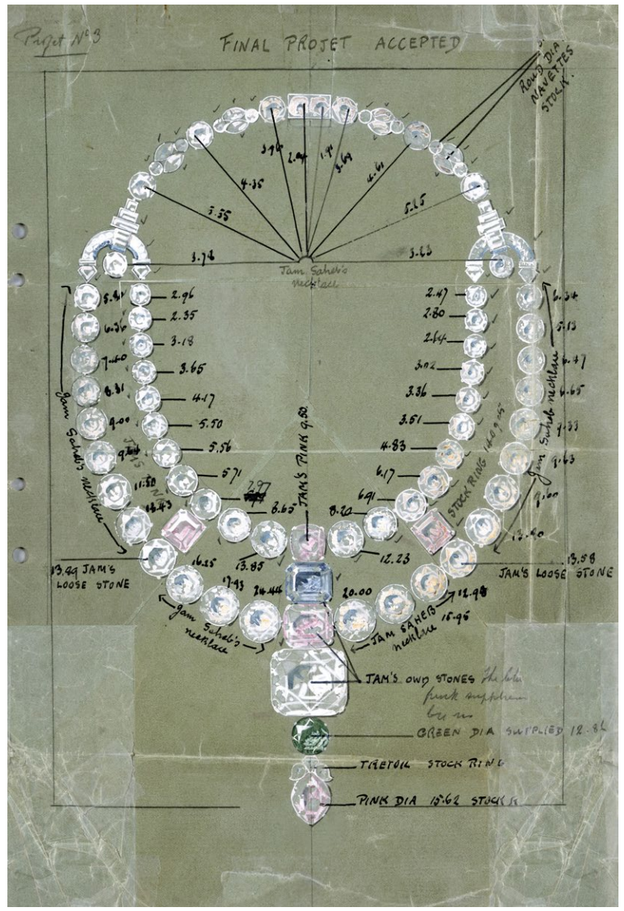
“Jeanne Toussaint” Kolyesi

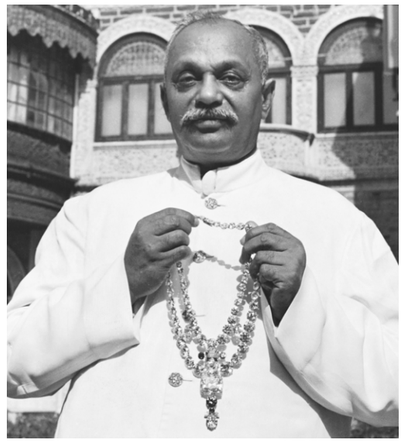
Bu kolye, Maison’un yaratıcı kimliğinin oluşturulmasında belirleyici rol oynayan, Cartier’nin 1930’lardaki efsane Kreatif Direktörü Jeanne Toussaint’a adandı. Jeanne Toussaint, her şeyden önce, Cartier’nin gözü pek ve korkusuz ruhunu barındıran ilk kadındı. Kariyeri boyunca bir çok stilin yanı sıra Hint tasarımlarından da ilham aldı ve Mihracelerin ihtişamına ve zenginliğine hayranlık duydu.

Filmde yer alan replika kolyenin orijinali, Jacques Cartier tarafından Nawanagar Mihracesi için 1931 yılında tasarlanmıştı. “Dünyanın en renkli mücevherlerinin en ince kademesi” olarak tanımlanan bu kolye, 'Hollanda Kraliçesi' olarak adlandırılan 136.25 karatlık mavi-beyaz bir pırlanta barındırıyordu. Jacques Cartier’e göre bu kolye, işin ehline ait bir hayalin harikulade bir

Maison de Cartier, iki gün boyunca ziyarete kapatıldı ve salonları adeta birer sinema setine dönüştü.

Cartier’nin 1930’lardaki efsane Kreatif Direktörü Jeanne Toussaint her şeyden önce, Cartier’nin gözü pek ve korkusuz ruhunu barındıran ilk kadındı. Kolye, Toussaint’a adandı. Baron Adolph De Meyer’in 1920’de fotoğrafladığı Jeanne Toussaint, objektife de kendinden emin şekilde bakıyor (üstte). Toussaint, 1940’larda Ciboure’deki evinde (solda)





Jacques Cartier tarafından Nawanagar Mihracesi için 1931 yılında tasarlanan bu kolye, bugünlere ulaşmadı ancak Cartier’nin arşivlerinde hem kolyenin hem de kolye sahibinin çizimleri ve fotoğrafları yer alıyor. Nawagar Mihracesi Jam Sahib Singh Digvijjay (1895-1966)

New York'un simgelerinden biri olan Maison de Cartier, ana sahnelerin çekildiği mekân haline geldi. Filmin çekilebilmesi için Maison de Cartier, iki gün boyunca ziyarete kapatıldı ve salonları adeta birer sinema setine dönüştü.

şekilde gerçeğe dönüşmesiydi. Bu kolye, bugünlere ulaşmadı ancak Cartier'nin arşivlerinde hem kolyenin hem de kolye sahibinin çizimleri ve fotoğrafları yer alıyor. Tasarımın taslağı, hikayedeki esas karakter olan Toussaint kolyesinin gerçeğe dönüştürülmesi için referans olarak kullanıldı.

Kolye, Anne Hathaway'in boyun ölçülerine adapte edildi ve orijinal boyutundan yüzde 15-20 oranında küçültüldü. Çünkü orijinal kolye, bir erkek için tasarlanmıştı. Kolyenin Anne Hathaway'in ölçülerine uyması için, üzerindeki yeri değiştirilemeyen bezeller başarılı bir şekilde düzenlendi. Kolyeyi işleyen ustaların uzmanlığı sayesinde, Anne Hathaway kolyeyi New York'ta ilk kez taktığında, boynuna mükemmel bir şekilde oturdu. Kolyenin film çekimi esnasında sıkça göreceği müdahalelere rağmen yekpare durması gerekiyordu. Son ayarlama ve cilalama işlemlerine müthiş bir özen gösterildi, zira yakın çekimlerde herhangi bir hataya yer yoktu. Jeanne Toussaint kolyesi, zanaatkârlık ve mükemmeliyet bakımından, her anlamda Cartier'nin yüksek mücevhercilik kriterlerini karşılıyor.

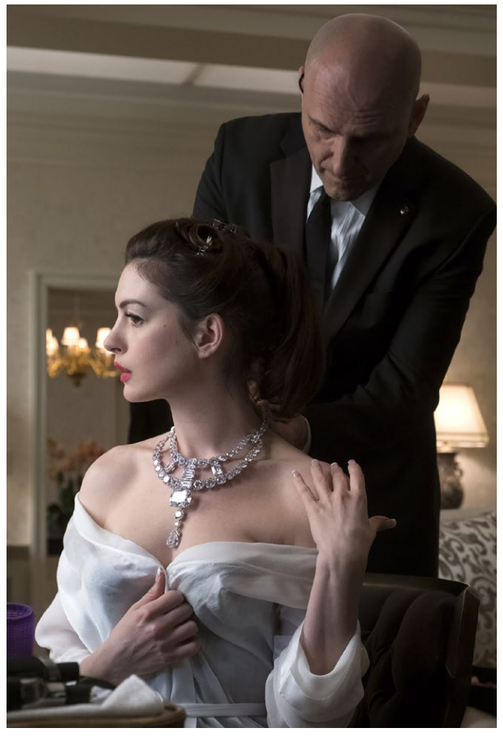
Film ne anlatıyor?

"Ocean's 8", başarılı "Ocean's" serisinin en yeni filmi. Yönetmenliğini ve ortak senaristliğini Gary Ross'un üstlendiği filmde Sandra Bullock, Cate Blanchett, Anne Hathaway, Mindy Kaling, Sarah Paulson, Awkwafina ile birlikte Rihanna ve Helena Bonham Carter gibi isimler yer alıyor. Debbie Ocean (Sandra Bullock'un hayat verdiği Danny Ocean'ın kız kardeşi), New York'ta her yıl düzenlenen Met Galası'nda yapılacak olan, ama imkansız gözüken bir soygun operasyonu için kadınlardan oluşan bir ekip kuruyor. Soyguncuların hedefinde ise Anne Hathaway'in hayat verdiği aktris Daphne Kluger'in takacağı, Cartier imzalı efsane pırlanta kolye, Toussaint var.

> *"Dünyanın en renkli mücevherlerinin en ince kademesi" olarak tanımlanan kolye, 'Hollanda Kraliçesi' olarak adlandırılan 136.25 karatlık mavi-beyaz bir pırlantaya sahip.*

Bir zanaatkarlık eseri olan kolye, Anne Hathaway'in boyun ölçülerine adapte edildi ve orijinal boyutundan yüzde 15-20 oranında küçültüldü. Çünkü orijinal kolye, bir erkek için tasarlanmıştı.

Filmde yer alan replika kolyenin orijinali, Jacques Cartier tarafından Nawanagar Mihracesi için 1931 yılında tasarlanmıştı. "Dünyanın en renkli mücevherlerinin en ince kademesi" olarak tanımlanan bu kolye, 'Hollanda Kraliçesi' olarak adlandırılan 136.25 karatlık mavi-beyaz bir pırlanta barındırıyordu.



Filmde Helena Bonham Carter, Rose karakterine hayat verecek. Mindy Kaling'i de Amita rolünde izleyeceğiz.

Daphne Kluger rolüyle izleyeceğimiz Anne Hathaway'in filmdeki rol arkadaşı ile Claude Becker rolüne hayat veren Richard Armitage, filmin bir sahnesinde...

YAT

Denizlerin yeni lüksü

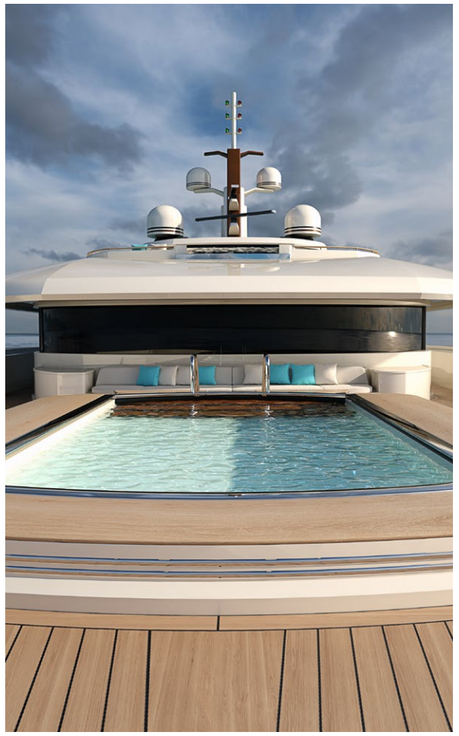
Viareggio'da gerçekleşen 2018 Versilia Yachting Rendezvous etkinliğinde, Fincantieri Griffin Serisi'ni tanıttı.

Geçtiğimiz günlerde Viareggio'da gerçekleşen 2018 Versilia Yachting Rendezvous etkinliğinde, Fincantieri Griffin Serisi'ni tanıttı. 66, 77, 88 ve 99 metre olmak üzere 4 adet boyda üretilen lüks mega yatlar oldukça dikkat çekiyor.

Fuarda Fincantieri, Griffin 66 modelini tanıttı. 66 metre uzunluğundaki yat, zamandan bağımsız şıklığı ve modern çağa uygun dış çizgileri ile dikkat çekiyor. Mitolojik varlığın güçlü ve görkemli duruşunu, cesur ve zarif çizgileri ile dışarı yansıtması nedeniyle yatın isminin Griffin olmasında karar kılınmış. Modern mimari görüntüsü, iç tasarımda oldukça iyi malzemelerin kullanımı ile bir araya geliyor. İç tasarımda minimalist şıklık göze çarparken, aynı zamanda sıcak ve misafirperver duruşu da dikkat çekiyor. Dev panoramik camları sayesinde de deniz ile direkt temas sağlanıyor.

Konsept, dış tasarım için Christopher Seymour, iç tasarım için Guido de Groot ve tasarımcıların aktivite koordinatörü olarak da Carl Esch yer almış.

66 metre uzunluğundaki yatın 6 yolcu kamarası, 12 kişiye kadar misafir ağırlama kapasitesi ve 15 mürettebat üyesi barındırma kapasitesi bulunuyor. Yatın maksimum hızı ise 17 knot.



SEYAHAT

Dünyanın en gözde 6 tatil rotası

Elbette daha onlarca güzel, büyüleyici, egzotik, keşfedilmemiş yerler var. Ancak yıllardır değişmeyen ve doğa, güneş, deniz tutkunu olanların listesinde ilk sırada yer alan 6 tatil rotasını bir araya getirdik. Sizin için bu destinasyonların tatil bavullarını da hazırladık

SEYAHAT

BARBADOS

Atlas Okyanusu'nda bulunan ve Karayip Antil Adalarının bir parçası olan Barbados, tropikal bir iklime sahip. Mükemmel denizi ve kumsallarıyla ünlü Barbados'da otellerde lüksün sınırı yok. Daha hesaplı yer isteyenlere de uygun mekanlar elbette var. Crop Over festivali, dünyanın dört bir yanından turist çeken renkli festivallerden biri. Tıpkı Rio Karnavalı gibi... Barbados'un en ünlü yemeği yerel lezzetlerinden acılı gravy soslu Cou Cou ve kızarmış uçan balık. Ancak balık ve kümes hayvanlarıyla ilgili de çok seçenek mevcut. Tropik bir iklime sahip olan adada olabildiğince özgür giyinebilirsiniz. Şort, parmak arası terlik, bikini üstü ile de rahatça dolaşabilireceğiniz gibi daha stylish seçeneklere de yer verebilirsiniz.

1-Dodo Bar
2-Lisa Marie Fernandez
3-Sophie Anderson
4-ATP Atelier
5-Hays Pestemal (Boyner)

SEYAHAT

MIAMI

Florida'nın Atlantik kıyısındaki bu liman kenti eğlencesi ve modasıyla ünlü... Dünyanın en büyük cruise gemilerinin bir numaralı limanı olan Miami, güzel coğrafyasıyla da her zaman popüler. Berrak sahilleri, botanik bahçeleri, yıl boyu sıcak havası, Türkiye'den her gün direkt uçuş bulunması ile her daim popüler. Karayipler ve Latin Amerika mutfağından etkilenen Miami, liman kenti olduğundan deniz ürünleri konusundada hayli iddialı menülere sahip. Gece hayatının en yoğun olduğu Miami'de havuz başı partileri ve sonrasında DJ partileri dillere destan. Hazır gitmişken ünlü markaları bir arada bulabileceğiniz Design District'e uğramayı unutmayın. Neredeyse 24 saat yaşayan şehirde rahat ama şık olmanız kaçınılmaz. Ne de olsa lüksün sonuna kadar olduğu bir yerdesiniz.

1-Emilio Pucci
2-Diane Von Furstenberg
3-Jimmy Choo
4-Muun
5-Sunday Funday (Beymen)

SEYAHAT

MAURITIUS

Mauritius uzun kumsalları, hindistan cevizi palmiyeleri ve romantik gün batımıyla tam bir balayı rotası. Doğa yürüyüşü, meditasyon, egzersiz ve Afrikan usulü masaj terapileri ile Mauritius, spa severler için de tam bir cennet. Ayrıca lüks katamaranlarla ada etrafında yapılacak turun keyfini çıkarmak da mümkün. Eşsiz ve heyecan verici katamaran gezileriyle bölgenin meşhur adaları olan Flat Adası, Gabriel Adası ve Benitier Adası'nı görmek ve bu adalarda dinlenme molası vermek de başka bir seçenek. Restaurant ve barlarda yemek kalitesinin çok yüksek olduğu Mauritius, kendine özgü yemekleri ile dikkat çekiyor. Acı sos ile servis yapılan camarons (tatlı su karidesi), creole usulu balık, şili soslu taze ananas ve değişik baharatlarla sunulan pilav tadılması gereken yemeklerin başında geliyor.

1-Camilla
2-Eugenia Kim
3-Guiseppe Zanotti
4-Melissa Odabash
5-Ray-Ban

SEYAHAT

MALDİVLER

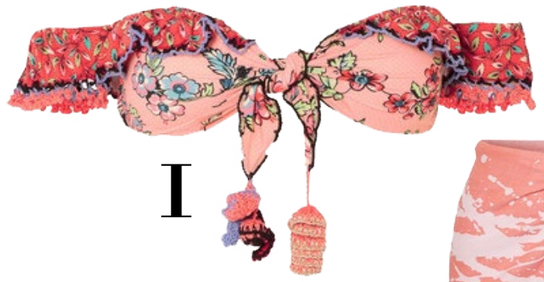
Hint Okyanusu'nun en popüler tatil yerlerinden biri. Balayı rotalarının da başında geliyor. Tropik muson iklimi olan yeşille mavinin kollarındaki Maldivler, eşsiz kumsalları, hafızalara kazınan bungalovlarıyla ünlü. Gün boyu mayo ile yaşayabileceğiniz bir yer. Turkuaz renkli denizi, güleryüzlü halkı, deniz ürünlerinden oluşan mutfağı, egzotik içecekleriyle adeta yeryüzündeki cennet denilebilir. Lüks otellerin yanı sıra gözlerinizi okyanusa açarak güne başlayacağınız villalar da mevcut. Su sporları, dalış, sörf gibi aktivitelere meraklıysanız kaçırmayın. Ve tabii gitmişken masaj yaptırmayı da...

SEYAHAT

TULUM

Meksika'nın popüler sahillerinden Tulum, dünya jet-set'inin de son yıllardaki gözde tatil bölgelerinden. Uçsuz bucaksız kumsal, palmiye ağaçları, turkuaz deniz tüm gün sizi kendine bağlayan yegane özellik. Meksika'nın en güzel plajları Tulum'da bulunuyor. Gitmişken El Castillo Kalesi'ni görmeden dönmeyin. Maya uygarlığının merkezi olan Tulum'da sadece deniz, kum, güneş tatili değil tarihi gezi tatili de yapın. Temple of the Descending God, Temple of the Frescoes, Temple of Wind, The Palace mutlaka görülmesi gereken yerlerden. Zaten Tulum plajı ünlü kalenin hemen önünde uzanıyor. Yemek olarak Meksika lezzetlerini seviyorsanız hiç zorlanmazsınız. Tortilla, tacos, fajitas, buritto bunlardan birkaçı...

3



1

4

2

5

1-Anjuna
2-Clergerie
3-Eugenia Kim (Beymen)
4-Kayu
5-Paradised

SEYAHAT

SANTORINI

Yunanistan'ın romantik adası Santorini, mavi beyaz evleri, mimarisi, masmavi denizi ve günbatımıyla ünlü. Özellikle balayı rotalarından biri olan Santorini, Mykonos gibi eğlence hayatıyla ünlü değil. Daha çok tavernalarda keyifli vakit geçirebilirsiniz. Çılgın eğlence, dj ve sabaha kadar müzik istiyorsanız Mykonos'a geçmelikisiniz. Yılda 1 milyon turistin buraya akın ettiği düşünülürse bu volkanik adanın keyifli bir tatil vaat ettiği anlaşılabilir. Hatta iki günlük gezi ve yemek için adaya giden sayısı da az değil. Yemek demişken, Santorini'de mutfak doğal olarak Yunan mutfağı... Birçok Ege lezzetini burada bulmanız mümkün. Meze ve balık seviyorsanız tam da cennetine düştünüz diyebiliriz. Gitmişken Santorini'nin özel şaraplarından tatmayı ve gelirken satın almayı unutmayın!

GENESIS ESSENTIA
HYUNDAI KONA
carmedya
KONSEPT GENESIS ESSENTIA
MODİFİYE BMW M2 CABRIO
YENİLİK BMW 2 SERİSİ ACTIVE TOURER
LANSMAN
VOLVO
XC40
4 TEST
LANSMAN
M5
Haziran sayısı yayında!
SİZ DAHA OKUMADINIZ MI?
Carmedya.com, iOS, Android app., Issuu, Joomag ve Turkcell Dergilik'te...
carmedya
medicon grup